

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS  
CENTRO DE INVESTIGACIONES EN PSICOLOGÍA -CIEPs-

"MAYRA GUTIERREZ"



FORMACIÓN DE ESTEREOTIPOS FEMENINOS Y SU REFUERZO, A  
TRAVÉS DE REDES SOCIALES, FACEBOOK, EN ADOLESCENTES DE  
12 A 15 AÑOS

SERGIO ALEJANDRO BORRAYO MILIÁN

ANGELA BELÉN MONROY ALVARADO

GUATEMALA, ABRIL DE 2015

UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS  
CENTRO DE INVESTIGACIONES EN PSICOLOGÍA –CIEPs-  
“MAYRA GUTIERREZ”

FORMACIÓN DE ESTEREOTIPOS FEMENINOS Y SU REFUERZO, A TRAVÉS  
DE REDES SOCIALES, FACEBOOK, EN ADOLESCENTES DE 12 A 15 AÑOS.

INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO AL HONORABLE  
CONSEJO DIRECTIVO  
DE LA ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS

PRESENTADO POR:  
SERGIO ALEJANDRO BORRAYO MILIÁN  
ANGELA BELÉN MONROY ALVARADO

PREVIO A OPTAR AL TÍTULO DE  
PSICÓLOGOS  
EN EL GRADO ACADÉMICO DE  
LICENCIADOS

GUATEMALA, ABRIL DE 2015.

**CONSEJO DIRECTIVO**

**ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**LICENCIADO ABRAHAM CORTEZ MEJÍA**

**DIRECTOR**

**LICENCIADO MYNOR ESTUARDO LEMUS URBINA**

**SECRETARIO**

**LICENCIADA DORA JUDITH LÓPEZ AVENDAÑO**

**LICENCIADO RONALD GIOVANNI MORALES SÁNCHEZ**

**REPRESENTANTES DE LOS PROFESORES**

**LICENCIADO JUAN FERNANDO PORRES ARELLANO**

**REPRESENTANTE DE EGRESADOS**



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS



c.c. Control Académico  
CIEPs.  
Reg. 393-2014  
CODIPs. 627-2015

De Orden de Impresión Informe Final de Investigación

10 de marzo de 2015

Estudiantes

Sergio Alejandro Borrayo Milian  
Angela Belén Monroy Alvarado  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Edificio

Estudiantes:

Para su conocimiento y efectos consiguientes, transcribo a ustedes el Punto CUARTO (4°.) del Acta DIEZ GUIÓN DOS MIL QUINCE (10-2015), de la sesión celebrada por el Consejo Directivo el 9 de marzo de 2015, que copiado literalmente dice:

**CUARTO:** El Consejo Directivo conoció el expediente que contiene el Informe Final de Investigación, titulado: **"FORMACIÓN DE ESTEREOTIPOS FEMENINOS Y SU REFUERZO A TRAVÉS DE REDES SOCIALES, FACEBOOK, EN ADOLESCENTES DE 12 A 15 AÑOS"**, de la carrera de Licenciatura en Psicología, realizado por:

Sergio Alejandro Borrayo Milian  
Angela Belén Monroy Alvarado

CARNÉ No. 85-14057  
CARNÉ No. 2005-14670

El presente trabajo fue asesorado durante su desarrollo por la Licenciada Rebeca Isabel Moreira, y revisado por el Licenciado José Azurdia. Con base en lo anterior, el Consejo Directivo **AUTORIZA LA IMPRESIÓN** del Informe Final para los Trámites correspondientes de graduación, los que deberán estar de acuerdo con el Instructivo para Elaboración de Investigación de Tesis, con fines de graduación profesional.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Licenciado Myhor Estuardo Lemus Urbina  
SECRETARIO



/Gaby

**Centro Universitario Metropolitano –CUM– Edificio "A"**  
**9ª. Avenida 9-45, zona 11 Guatemala, C.A. Teléfono: 24187530**





UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS



CIEPs. 010-2015  
REG: 393-2014

### INFORME FINAL

Guatemala, 18 Marzo 2015

Señores  
Consejo Directivo  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Centro Universitario Metropolitano

Me dirijo a ustedes para informarles que el licenciado **José Azurdia** ha procedido a la revisión y aprobación del **INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN** titulado:

**“FORMACIÓN DE ESTEREOTIPOS FEMENINOS Y SU REFUERZO A TRAVÉS DE REDES SOCIALES, FACEBOOK, EN ADOLESCENTES DE 12 A 15 AÑOS”.**

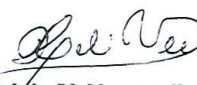
**ESTUDIANTES:**  
Sergio Alejandro Borrayo Milian  
Angela Belén Monroy Alvarado

**CARNE No.**  
**85-14057**  
**2005-14670**

**CARRERA:** Licenciatura en Psicología

El cual fue aprobado el 18 de febrero del año en curso por el Docente encargado de este Centro de Investigaciones en Psicología CIEPs. Se recibieron documentos originales completos el 04 de Marzo del 2015, por lo que se solicita continuar con los trámites correspondientes para obtener **ORDEN DE IMPRESIÓN**.

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**

  
**M.A. Helvin Velásquez Ramos**  
**Coordinador**  
Centro de Investigaciones en Psicología CIEPs  
**“Mayra Gutiérrez”**



c.c archivo  
Andrea

**Centro Universitario Metropolitano –CUM– Edificio “A”**  
**9ª. Avenida 9-45, zona 11 Guatemala, C.A. Teléfono: 24187530**



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS



CIEPs. 010-2015  
REG. 393-2014

Guatemala, 18 de Marzo 2015

M.A Helvin Velásquez Ramos  
Coordinador  
Centro de Investigaciones en Psicología CIEPs  
Escuela de Ciencias Psicológicas

De manera atenta me dirijo a usted para informarle que he procedido a la revisión del INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN, titulado:

**“FORMACIÓN DE ESTEREOTIPOS FEMENINOS Y SU REFUERZO A TRAVÉS DE REDES SOCIALES, FACEBOOK, EN ADOLESCENTES DE 12 A 15 AÑOS”.**

**ESTUDIANTE:**  
Sergio Alejandro Borrayo Milian  
Angela Belén Monroy Alvarado


**CARNÉ No.**  
**85-14057**  
**2005-14670**

**CARRERA:** Licenciatura en Psicología

Por considerar que el trabajo cumple con los requisitos establecidos por el Centro de Investigaciones en Psicología, emito **DICTAMEN FAVORABLE** el 18 de febrero 2015, por lo que se solicita continuar con los trámites respectivos.

Atentamente,

**“ID Y ENSEÑAR A TODOS”**

  
**Licenciado José Aznordia**  
**DOCENTE REVISOR**



As/archivo

**Centro Universitario Metropolitano –CUM– Edificio “A”**  
**9ª. Avenida 9-45, zona 11 Guatemala, C.A. Teléfono: 24187530**

Guatemala, 25 de Agosto de 2014.

Licenciada Mayra Luna de Álvarez  
Unidad de Graduación Profesional  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
USAC

Por este medio le informo que he asesorado el informe final, titulado "Formación de estereotipos femeninos y su refuerzo a través de las redes sociales, Facebook, en adolescentes de 12 a 15 años", a cargo de los estudiantes:

Sergio Alejandro Borrayo Milián                      Carné: 8514057


Angela Belén Monroy Alvarado                      Carné: 200514670

El trabajo fue realizado a partir del 21 de Mayo 2012, hasta el 25 de Agosto de 2014.

Según mi criterio, esta investigación cumple con los requisitos establecidos por la Unidad de Graduación Profesional por lo que emito DICTAMEN FAVORABLE y solicito se proceda a la revisión y aprobación correspondiente.

Sin otro particular, me suscribo,

Atentamente,



Licda. Rebeca Isabel Moreira R.  
Psicóloga  
Col. 1126

Licenciada Rebeca Isabel Moreira

Psicóloga

Asesora de Contenido



## Colegio Mixto Bilingüe Valle Real

11 Ave. 30 - 63 zona 12  
Teléfonos: 2442-2030 – 2130

Guatemala, 25 de agosto de 2014

Licda. Mayra Friné Luna de Alvarez  
Coordinadora Unidad de Graduación Profesional  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Licenciada Luna:

Deseándole éxito en sus labores administrativas me permito dirigirme a usted para informar que los estudiantes:

Sergio Alejandro Borrayo Milián  
Angela Belén Monroy Alvarado

Carné 8514057  
Carné 200514670

Realizaron en esta institución 40 entrevistas, cinco talleres y dos grupos focales, con adolescentes, como parte del trabajo de investigación titulado: "Formación de estereotipos femeninos y su refuerzo a través de redes sociales, Facebook, en adolescentes de 12 a 15 años, en el periodo comprendido entre el 07 de julio al 22 de agosto del presente año, en horario de 08:00 a 09:30 horas.

Los estudiantes en mención, cumplieron con lo estipulado en su proyecto de investigación por lo que agradecemos la participación en beneficio de nuestra institución.

Sin otro particular me suscribo.

Gladys Tejeda de Rodas  
Directora del Establecimiento  
Teléfono 4242-8420



## **PADRINOS DE GRADUACIÓN**

**Por: Sergio Alejandro Borrayo Milián**

Guadalupe Fonseca de Borrayo

Cirujano Dentista

Colegiado Activo No. 1019

Mauricio Quiñonez Velásquez

Cirujano Dentista

Colegiado Activo No. 1001

**Por: Angela Belén Monroy Alvarado**

Ondina Anabella Alvarado Castillo de Monroy

Administradora Educativa

Colegiado Activo No. 19420

María Andrea Monroy Alvarado

Historiadora

Colegiado Activo No. 21550

## **ACTO QUE DEDICO**

Por: ANGELA BELÉN MONROY ALVARADO

**A Dios:** Por ser el motor que me impulsa cada mañana y me concede la dicha de vivir cada día.

**A mis padres:** Armando Monroy y Ondina Alvarado, por ser los promotores de mi desarrollo, un ejemplo de amor, perseverancia y fe, para ustedes este triunfo.

**A mis hermanos:** Andrea Monroy Alvarado y Diego Monroy Alvarado, por el inmenso y eterno amor que todos los días nos profesamos, Andrea eres mi inspiración de mujer y Diego eres el mejor ejemplo de colega.

**A mi novio:** Erick Alvarado, por tu adorable paciencia, porque eres la persona que me motiva diariamente a lograr mis objetivos, gracias mi amor.

**A mi familia:** Mis abuelos, tíos, primos, sobrinos, gracias por ser parte de mi vida y mi desarrollo como persona.

**A mis amigos:** Porque se cuentan con una mano, pero siempre han estado aquí, mis amigos de trabajo, estudio y círculo social.

**A mi asesora de tesis:** Por todas sus porras durante el proceso, y antes de, porque siempre me ha permitido expresarle abiertamente mi pensamiento, Licda. Moreira, mil gracias por todo.

**A mi compañero de tesis:** Sergio Borrayo, eres más que un amigo, eres mi hermano, mi compañero, mi confidente, la persona con quien puedo ser lo que soy sin prejuicios, te quiero amigo como a mi sombra.

**A la Escuela de Ciencias Psicológicas:** Por ser mi casa de estudios, mi refugio de conocimiento, gracias por permitirme ser parte de este sector profesional al que me envías luego de una excelente preparación.

**A la Universidad de San Carlos de Guatemala:** Por el orgullo que me provoca ser egresada de esta magna casa de estudios.

## **ACTO QUE DEDICO**

Por: SERGIO ALEJANDRO BORRAYO MILIÁN

**A Dios:** Quien durante mi vida a iluminado mi camino.

**A mi padre (+):** Marco Antonio Borrayo, porque aunque no estés presente, vives en mi corazón.

**A mi madre:** Estela Milián, por su apoyo incondicional.

**A mi abuela (+):** Emilia Monterroso, por tus enseñanzas y amor.

**A mi esposa:** Lupita, por su amor, motivación y apoyo durante cada momento de mi vida.

**A mi Hijo:** Alejandro, por ser mi motivación principal.

**A mi suegra (+):** Carlota Flores, por toda su sabiduría.

**A mis hermanos:** Hugo, Shen y Salome, por ser mis compañeros de vida.

**A mi familia en general:** Los sipas, por el amor incondicional.

**A mis amigos:** Por los buenos y excelentes momentos juntos.

**A mi compañera de tesis:** Angela Monroy, por su amistad, afecto y por hacer de este trayecto un recuerdo maravilloso.

## **AGRADECIMIENTOS**

**Por: Angela Belén Monroy Alvarado y Sergio Alejandro Borrayo Milián**

### **A la Universidad de San Carlos de Guatemala**

Por abrirme sus puertas de conocimiento durante la carrera.

### **A la Escuela de Ciencias Psicológicas**

Por llenarme de sabiduría y fortaleza durante estos años.

### **Al Colegio Mixto Valle Real**

Por brindarnos la oportunidad de llevar a cabo esta investigación.

### **Al Lic. Jose Azurdia**

Por sus correcciones y enseñanzas durante esta investigación, es usted un gran profesional.

### **A la Licenciada Jennyfer Pennant**

Por la orientación y apoyo psicológico en estos años.



## ÍNDICE

Resumen

Prólogo

### CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1. 1. Planteamiento del problema y Marco Teórico	
1.1.1 Planteamiento del problema	4
1.1.2 Marco Teórico	
Antecedentes	7
Adolescencia	9
Medios de comunicación	11
Medios de control social	17
Redes sociales	18
Uso de Facebook por adolescentes	23
Estereotipos	29
Estereotipos femeninos	37

### CAPÍTULO II: TECNICAS E INSTRUMENTOS

2.1 Técnicas	
2.1.1 Técnicas de muestreo	54
2.1.2 Técnicas de recolección de datos	54
2.1.3 Técnicas de análisis de datos	57
2.2 Instrumentos	57

### CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1 Características del lugar y de la población	
3.1.1 Características del lugar	58
3.1.2 Características de la población	58
3.2 Presentación, análisis e interpretación de datos	58
3.2.1 Análisis cualitativo	59
3.2.2 Diagrama de flujo del proceso de formación de estereotipos femeninos a través de redes sociales	61
3.2.3 Gráficas	62
3.2.4 Sistematización de los grupos focales	76

### CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones	84
4.2 Recomendaciones	87

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

## **RESUMEN**

### **Formación de estereotipos femeninos y su refuerzo a través de las redes sociales, Facebook, en adolescentes de 12 a 15 años.**

**Sergio Alejandro Borrayo Milián  
Angela Belén Monroy Alvarado**

El objetivo fundamental de la investigación fue describir como se forman los estereotipos femeninos, a través de redes sociales como Facebook en los adolescentes de 12 a 15 años del Colegio Mixto Villa Real. Y como esta formación de estereotipos se lleva a cabo a través del contenido gráfico y textual que circula en la red.

La técnica de muestreo utilizado, fue el muestreo intencional. Se trabajó con 40 adolescentes, 20 hombres y 20 mujeres, estudiantes del Colegio Mixto Villa Real, de primero a tercero básico. Las técnicas de recolección de datos fueron, observación, entrevistas, grupos focales y talleres grupales. Las técnicas utilizadas para análisis de datos fueron, análisis porcentual por medio de gráficas de pie y triangulación de datos; utilizando como instrumentos, el diario de campo, guía estructurada para entrevista y guía para orientación de grupos focales.

Entre los hallazgos de la investigación se concluye, que Facebook se ha convertido en un medio de comunicación que permite la formación de estereotipos femeninos a través de contenido gráfico y textual que circula en la red. El estereotipo se forma cuando, los adolescentes publican contenido que condiciona la relación de género que los adolescentes sostienen diariamente. Otros factores que aportan a la formación del estereotipo son la vulnerabilidad que los adolescentes experimentan en esta etapa del desarrollo de la personalidad, secundado por el uso excesivo y la falta de supervisión que le dan a la red social, y finalmente por la falta de concientización y sensibilización que existe en relación a publicaciones ofensivas hacia la mujer, en Guatemala.

## PRÓLOGO

La formación y refuerzo de estereotipos femeninos a través de diversos medios de comunicación ha sido un tema de mucho estudio a lo largo de las últimas décadas, en la misma medida en la que estos medios de comunicación han sido más y más innovadores a nivel tecnológico y social. Es por eso que el estudio fijó su objetivo en una red social que se conoce popularmente como un medio de comunicación que permite la expresión del pensamiento, así como la interacción con otras personas, pero que a su vez es también un instrumento que permite la reproducción de patrones conductuales, estereotipos de género y que en especial se reconoce una tendencia hacia la burla de diferentes conductas que como miembros de un colectivo social, se va configurando a lo largo del desarrollo de la personalidad y la llegada de la vida adulta.

Los adolescentes son porcentualmente quienes por periodos más largos de tiempo durante el día permanecen dentro de la red social, Facebook, y resulta coherente pensar que gran parte del contenido expuesto dentro de esta red social, vaya directamente destinado al aprendizaje, introyección y configuración de los adolescentes, por lo que representaron el objeto de estudio en esta investigación.

La interpretación del contenido gráfico y textual, forma una serie de estereotipos que van calando en la mentalidad de quienes entran en contacto continuo con la red social, por lo que es necesario describir la influencia de las redes sociales, Facebook, en la formación de los estereotipos femeninos en los adolescentes de 12 a 15 años, tanto como identificar los principales medios de comunicación que permiten el refuerzo de los estereotipos femeninos en Guatemala, describir las principales funciones que los adolescentes le dan a la red social e identificar los principales estereotipos femeninos que son reforzados a través de Facebook. Esto se logró a través de propiciar espacios de reflexión y discusión acerca de los diferentes roles que viven los adolescentes y su contribución al refuerzo de los estereotipos femeninos.

Y que tuvo como resultado brindar a los adolescentes que fueron parte de la muestra orientación psicopedagógica, acerca del contenido e imágenes que

publican en Facebook y que de manera indirecta contribuyen en la formación de los estereotipos femeninos.

La realización del estudio se llevó a cabo en el Colegio Mixto Valle Real ubicado en zona 12 de esta capital, la muestra conto con un total de 40 adolescentes, hombres y mujeres, en edades comprendidas entre 12 a 15 años de edad.

Ente los principales alcances de la investigación se tiene la participación activa que tuvieron los adolescentes en los talleres realizados, así como en los grupos focales, en donde se logró una concientización acerca de los principales usos como medios de expresión que los adolescentes le dan a Facebook; se analizó una variedad de imágenes y contenido textual que los mismos adolescentes identificaron que se ve frecuentemente en la red social, y que resulta ofensivo por la carga emocional que trae consigo acerca de roles de género; también fue posible identificar que en su mayoría las publicaciones analizadas tienen como contenido una burla en porcentaje superior hacia las emociones femeninas y roles femeninos, que hacia los adolescentes varones.

La investigación benefició a la muestra de adolescentes participantes en ella, ya que se les brindo orientación psicopedagógica acerca del contenido que ven a diario en Facebook, y la importancia de que dicho contenido se analice desde una postura más crítica y menos introyectiva.

No queda más que agradecer a la institución Colegio Mixto Valle Real, en especial a sus autoridades que proporcionaron todo su apoyo y acompañamiento durante el proceso de investigación, así mismo a los adolescentes que fueron parte de la muestra seleccionada en la investigación, por el profundo interés y entusiasmo que mostraron durante todo el proyecto.

## **CAPÍTULO I**

### **INTRODUCCIÓN**

#### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO**

##### **1.1.1 Planteamiento del Problema**

La problemática inicial son las redes sociales que han tenido una veloz expansión en la última década y que se han llegado a convertir en parte de la cotidianidad de personas de cualquier sexo y edad. “Las redes sociales se pueden entender como una estructura social que permite difundir y detener, actuar y paralizar, en la cual las personas y la sociedad encuentran apoyo y refugio, además de recursos.”<sup>1</sup>

Una muestra significativa que se ve involucrada en el uso excesivo de la red, son los adolescentes. “La adolescencia se define como la etapa del desarrollo humano que tiene un comienzo y una duración variables, la cual marca el final de la niñez y crea los cimientos para la edad adulta. Está marcada por cambios interdependientes en las dimensiones biológicas, psicológicas y sociales del ser humano.”<sup>2</sup> Y son los adolescentes quienes están utilizando de manera desmesurada la red social, es un tema que se va delimitando cuando se entiende que no a toda edad se tiene la madurez necesaria para digerir el contenido gráfico

---

<sup>1</sup> Maradiaga Orozco, Camilo, Abello Llanos, Raimundo, Sierra García, Omar. “Redes sociales, infancia, familia y comunidad”, “Redes sociales: fundamentos conceptuales”. Segunda edición. España: Ediciones Uninorte. 1999. Pág. 1.

<sup>2</sup> Monroy, Anameli. “Salud y sexualidad en la adolescencia y juventud”, “Desarrollo biopsicosocial del adolescente: tareas, metas y logros”. Primera edición. México: Editorial Pax México. 2002. Pag. 11.

y textual que dentro de esta forma de comunicación se maneja, entendiendo esto se puede también comprender que mucha información es parte de una cultura que se sigue proliferando y trascendiendo de generación a generación, y que inconscientemente estos jóvenes introyectan sin mayor capacidad de resistencia. Gran parte del contenido que los mismos adolescentes publican son parte de una ideología que sigue manteniendo cierta limitación en formas de vida de los adolescentes y que los va encasillando dentro de los mismos roles de género que tan conocidos son y que siguen configurando una sociedad patriarcal, de este tipo de roles se pretende el estudio de ciertos estereotipos. “Los estereotipos son definiciones de hombre o mujer negativos, que se mueven en términos bipolares entre lo que se debe cumplir para pertenecer a la norma social”<sup>3</sup>

Los principales estereotipos se tipifican en el género femenino, que se siguen reproduciendo y que configuran la forma en que las adolescentes actúan y que los adolescentes les dan como trato a las mujeres a su alrededor.

De acuerdo a esto se plantea el estudio de estas características del problema en una institución educativa que lleva por nombre Colegio Mixto Valle Real, tomando una muestra de 40 adolescentes entre 12 a 15 años de edad.

La presente investigación da respuesta a los siguientes cuestionamientos: ¿Cómo los medios de comunicación en Guatemala participan en el refuerzo de estereotipos femeninos?, ¿Cuáles son las principales redes sociales que los

---

<sup>3</sup> Fernández Poncella, Ana M. “Estereotipos y roles de género en el refranero popular”, “Construcción social de la diferencia sexual”. Primera Edición. Barcelona, España: Ediciones Anthropos. 2002. Pág. 14.

adolescentes utilizan como medio de expresión?, ¿Cómo los adolescentes hacen el proceso de apropiación de roles a lo largo de su vida de acuerdo a su género?, ¿Cuáles son los principales estereotipos femeninos que se propagan en Facebook?, y por último, ¿Cuáles son los usos principales que los adolescentes le dan Facebook?.

El análisis de los principales medios de comunicación que permiten el refuerzo de estereotipos son vitales para el seguimiento de la problemática. “Los medios de comunicación son herramientas a través de los cuales se emiten contenidos informativos, así como son transmisores de ideologías, normas de comportamiento, propuestas sociales y culturales.”<sup>4</sup>

Las principales técnicas e instrumentos de recolección de datos a utilizados son: La observación utilizando talleres de temas que despiertan la participación y la discusión de los adolescentes, entrevistas abiertas que se trabajaron con guías para entrevistas orientadas, y los grupos focales que se trabajaron con guías de orientación a través de imágenes recopiladas en Facebook.

---

<sup>4</sup> Ballesta Pagan, Javier, “Los medios de comunicación en la sociedad actual”, “Educar para comprender la educación masiva”. Segunda edición. España: Editorial servicio de publicaciones, Universidad de Murcia. 2001. Pág. 175.

### **1.1.2 Marco Teórico**

#### **Antecedentes**

En el año 2011, se realizó una investigación llamada “Ciberantropología en Guatemala: socialización y organización de los jóvenes a través de la red social virtual Facebook”, de la autora Liesl Marie Cohn de León, que llevaba como propósito “Analizar las formas en las que los adultos jóvenes en la ciudad de Guatemala socializan y se organizan a través de la red social de internet Facebook para evidenciar el impacto que estas nuevas tecnologías tienen en la configuración de sus hábitos y prácticas sociales”, la técnica de recolección de información fue una entrevista online, y su instrumento un cuestionario que se replicó masivamente a través de la red, la conclusión principal de esta investigación fue que “las observaciones hechas sobre las publicaciones y relaciones que se manifiestan en Facebook reflejaron que el sitio se ha convertido en una especie de comunidad con sus propios discursos, y prácticas que influyen en las identidades de los usuarios tanto en su desempeño en el mundo físico, como en el ciber-espacio pues ambas esferas espacio-temporales se encuentran entrelazadas y mutuamente retroalimentadas” , la investigación no presento recomendaciones.

Así mismo en el año 2012, se realizó una investigación que llevaba por nombre “Facebook ADS, formas de hacer publicidad”, de la autora María José Marroquín Franco, con el propósito de dar a conocer el funcionamiento de Facebook ADS, formas de hacer publicidad, sus restricciones y características



como un nuevo medio publicitario en las redes sociales, sus técnicas de investigación fueron, entrevistas, observación, análisis de contenido y sus instrumentos entrevistas personales e información extraída de internet, entre sus conclusiones la más significativa en la investigación fue que “la interacción con los usuarios y la identificación que Facebook genera son importantes para empresas interesadas en expandir su mercado, puesto que la herramienta es utilizada por todo tipo de población sin distinción de edad y sexo”. Y su recomendación más significativa fue que “cualquier empresa que quisiera expandir su potencial de venta, debía generar anuncios que capturan la atención de la población específica a la que se quería vender”.

Otra investigación en el año 2013, se realizó una investigación que llevaba el nombre “Impacto de las redes sociales en el desarrollo emocional de las personas”, del autor Ferdy Rolando Martínez Ramos, que tenía por propósito, caracterizar la situación de las redes sociales de los estudiantes de la universidad San Carlos de Guatemala de las diferentes facultades a manera de conocer, cuáles son los aspectos negativos que estas causan en el ambiente en que se desenvuelven, sus técnicas de recopilación de información fueron entrevistas y observación, y sus instrumentos cuestionarios y guía de orientación de observaciones, su conclusión principal fue que “el impacto que las redes sociales tienen en los estudiantes se debe al exceso en el uso del mismo, trastornos en el comportamiento de tipo psicológico se pueden dar debido a la adicción que las redes sociales provocan y el enfoque esto genera en sus actividades dejando de lado la interacción afectiva con las personas”, y su recomendación principal fue

que “ es necesario aprender a hacer uso correcto de los medios de comunicación que se tienen a la disposición”.

Hoy en día un tema que conlleve el uso de redes sociales virtuales resulta profundamente interesante y más cuando este implica cual es el funcionamiento que se le da al medio de comunicación, y como este puede afectar la interacción con el entorno. Es por eso que esta investigación se centra en el estudio de uno de los usos que jóvenes le dan a la red social y como este determina su relación consigo mismo y con el sexo opuesto y conjuntamente como se da un refuerzo de a los estereotipos de género.

### **Adolescencia**

Considerada por muchos como tan solo una etapa de transición entre la infancia y la adultez, sin una significación configurativa de un ser en desarrollo, esta etapa esta sin embargo caracterizada por diversos cambios en la vida de este sujeto que posteriormente le permitirá la inmersión a un grupo social, que si bien esta en constante desarrollo al igual que el sujeto, es un espacio que ya se encuentra por mencionarlo así, contaminado con una sucesión de formas de pensar y modelos de conducta ya establecidos a los cuales este sujeto llegará a formar parte; este sujeto podrá ser constituido como activo o como pasivo, para que esto proceso de selección entre la participación activa o la pasiva se lleve a cabo, la adolescencia como etapa esta crucialmente delineada en la formación de la personalidad y de la vida futura de este sujeto. Así pues consideramos que es vital la revisión como antecedente establecido de esta investigación, el análisis

general de la adolescencia como etapa de desarrollo. La adolescencia esta reconocida como etapa de cambios físicos mas que emocionales, puesto que durante este etapa se dan los cambios mas notorios en cuanto a definición y precisión de rasgos físicos, tanto del cuerpo, como de la voz, por ejemplo, se produce una definición clara de los rasgos sexuales que se han venido desarrollando a lo largo de la infancia, ya sean primarios o secundarios; en muchas culturas estos cambios principalmente físicos que están siendo incorporados en la mente del sujeto, son bienvenidos a través de lo que se conoce como rituales de paso, en donde se le da la bienvenida a la muy pronta nueva adultez y se celebra primordialmente la culminación exitosa de una etapa que muchos consideran que, ha de marcar el futuro del sujeto que es mejor conocida como, infancia.

Durante este periodo de ajuste a la nueva tendencia de pensamiento surge la necesidad de formar una identidad sólida, la cual sienta sus bases en la adolescencia, pues esta etapa, esta caracterizada por una serie de conflictos existenciales que llevan al sujeto a la remembranza y planteamiento de lo que muchos determinamos como proyecto de vida, la necesidad de plantearse un proyecto de vida lleva al adolescente a entrar en la encrucijada de lo que Victor Frank muy acertadamente acuña como "Sentido de Vida"; en medio de esta problemática tan enriquecedora en la que se va configurando el sujeto se construyen una seria de necesidades que solventar, a la vez que se van arraigando diferentes necesidades que responden específicamente a la necesidad de ser social, lo que nosotros llamaremos como imposiciones sociales que buscan

hacer a este sujeto parte de un grupo de iguales dentro de un contexto social ya conformado. Por lo que diremos que este adolescente en busca de una identidad propia estará delimitado sin lugar a duda por factores ajenos a él mismo, factores que su medio social le ha impuesto sin siquiera comprenderlos a totalidad.

“En la adolescencia surgen una serie de cambios como bien lo decíamos, sin embargo los que nos interesan radican específicamente en aquellas pequeñas partes que le permitirán al sujeto la individuación y la formación de su personalidad, a estos les conocemos como cambios psicoemocionales, en estos cambios que se van dando paulatinamente es normal ver que la búsqueda de sentido gira alrededor del ansia de establecer una línea de pensamiento, la cual estará seriamente impactada por el entorno del adolescente que incluirá familia, escuela, grupos sociales.”<sup>5</sup>

### **Medios de comunicación**

“Los mass-media de difusión universal han puesto por las nubes el precio de la libertad de expresión: cada vez son más los opinados, los que tienen el derecho de escuchar, y cada vez son menos los que opinan, los que tienen el derecho de hacerse escuchar.”<sup>6</sup>

Esta resulta la definición más acertada para el tema que tratamos cuando se trata de medios de comunicación, rompiendo de la forma más crítica el

---

<sup>5</sup> Diver, R, Guesne, E, Tiberghien, A. “Pensamiento adolescente”, “Ideas Científicas en la Infancia y la Adolescencia. Cuarta Edición. España: Ediciones Morata. 1997. Pág. 144.

<sup>6</sup> Galeano, Eduardo, “Nosotros decimos no”, Segunda Edición. Colombia: Siglo XXI editores. 2003. Pág. 55.

paradigma de los medios de comunicación como a cortadores de distancias, hoy se habla de medios de comunicación como formas de control y dominación social, tal como lo menciona Eduardo Galeano, es un sistema de difusión universal puesto que a lo largo del tiempo se han convertido en una cotidianidad del sujeto, está presente en casi todos los aspectos de la vida de los sujetos de casi todas las sociedades que pueden pagar el precio de los mismos, es posible que se le haya colocado un precio a la libertad de expresión, no es este uno de los derechos de cualquier individuo por el simple costo de vivir, pues con la creación de los medios de comunicación se establece esta nueva concepción de expresión a un costo manejado en moneda nacional o extranjera, la expresión está delimitada para quienes se encuadren en las normas de pensamiento de los dueños de estos medios de comunicación, que sin duda es así, los medios de comunicación pertenecen a una grupo oligárquico. Por otro lado el grupo restante tiene el derecho de escuchar lo que se quiere que escuche.

“Este adorado tótem de nuestro tiempo es el medio que con más éxito se usa para imponer, en los cuatro puntos cardinales, los ídolos, los mitos y los sueños que los ingenieros de emociones diseñan y las fábricas de almas producen en serie.”<sup>7</sup>

Los medios de comunicación son hoy el producto más vendido, mercantilizado más que el oro en los tiempos del oro, hoy es la época de los medios de comunicación social, nuestras generaciones serán recordadas como

---

<sup>7</sup> Ídem, pág. 56.

las mediatizadas por la comunicación, son el sistema más exitoso en cuanto a tecnología, necesidad, reproducción de ideologías.

### **Medios de comunicación que influyen más en el adolescente**

Los adolescentes de hoy están rodeados de sistemas de control a base de tecnología que día con día experimentan la necesidad de una socialización interactuada alrededor de los medios de comunicación, los medios como tal son un sistema de comunicación como bien lo dice su nombre, que permiten la unión de unos individuos con otros sin estar en el mismo espacio físico, conforme se fue desarrollando esta necesidad de realizar la comunicación más efectiva, se fue ampliando también la extensa creación de diferentes medios para realizar dicha función, desde siempre todo aquel medio que implique el uso de la tecnología de vanguardia, marca una dinámica funcional enfocada hacia los adolescentes, pues por capacidad de adaptación son estos los que se acoplan con mayor facilidad al aprendizaje nuevo y son al final los que colocan menos resistencia en dicho cambio, pero habría que también analizar el trasfondo por el que estos medios son tan fáciles de adaptarse a las necesidades de los adolescentes y viceversa.

Los adolescentes encuentran a los medios de comunicación como una forma de alcance a la necesidad de expresión que día a día van desarrollando consecutiva y constantemente, sin embargo es de reconocer que algunos medios de comunicación llaman más la atención de estos adolescentes que otros, por ejemplo podríamos mencionar que la prensa un medio gráfico de comunicación que contiene tanto pensamientos, noticias, y expresión visual; si bien tiene un

impacto considerable en la población del país hablando específicamente de Guatemala, no es el más significativo en la elección de los adolescentes, probablemente por su dinámica de expresión que en la gran mayoría de los ejemplares tiende a ser más formal y a utilizar tecnicismos de diferentes temáticas.

La televisión ha sido la revolución en cuanto a medios de comunicación, puesto que no implica mayor conocimiento para observarla y por la diversidad de contenido que es posible apreciar sin mayor esfuerzo del televidente, este ha sido el medio de comunicación más revolucionado a todos los niveles, sin hacer diferencia de preferencia tanto en adultos, adolescentes y niños. Pero que otro medio de comunicación a lo largo de la última década ha marcado territorio en los medios de comunicación, consideremos pues el revolucionario uso del internet, el medio de comunicación con mayor extensión mundial hasta hoy, medio de comunicación que permite la unión de personas en cualquier parte del mundo de manera instantánea, el internet llegó respondiendo a todas las necesidades que cualquiera haya podido alguna vez imaginar, este impacto social que ha tenido el internet ha sido a todo nivel y sin límite de escalas, ha sido tan transaccional que hoy por hoy es el medio de comunicación más comercializado, y a nivel industrial ha tenido un impacto que ha generado crecimiento económico en cualquier país en donde se ha hecho presente y eso para hoy cubre el mundo entero.

Ahora bien porque ha sido de tanto impacto en la población adolescente, la respuesta tiene más respuestas que preguntas tal vez, ya hablamos del uso de la tecnología por los adolescentes, pues el internet ha creado revolución porque es la

expresión tecnológica más importante a nivel mundial, ha representado la forma de automatización de procesos más grande, el medio de interacción mas importante, y el dominio y acceso a internet aun están ciertamente limitado para diferentes estratos socio económicos, y hace mucho énfasis en la edad para el manejo del mismo.

El adolescente posee un medio de comunicación con sus pares, que le ofrece un espacio de privacidad, a la vez que le ofrece el confort de encontrar lo que ha soñado, puesto que el internet ha sido diseñado de tal manera que se pueda encontrar de una ventana virtual a un mundo lleno de fantasías destinadas a la adicción a un sistema de comunicación, el internet está lleno de portales de sueños que no son palpables lo que no precisamente puede resultar ideal.

Los adolescentes usan el Internet para hacer compras, conversar con otros jóvenes, entretenerse con juegos y, también, para informarse sobre cuestiones de salud.

Un gran porcentaje de adolescentes utilizan el internet para comunicarse ocasionalmente con alguien a través de alguna cuenta de correo electrónico, la facilidad que estas páginas ofrecen es impresionante, es en buen porcentaje más rápido que el envío por ejemplo de un mensaje de texto.

Otro porcentaje de adolescentes utilizan páginas de internet para enviar mensajes de texto, una forma gratuita y atractiva de comunicación. Por otro lado está también el uso del internet como portal de apoyo en la educación, a diario



muchos adolescentes utilizan este medio para informarse y apoyarse en su educación a todos los niveles, otros muchos lo utilizan para buscar información que no sienten la libertad de preguntar cómo sería el ideal, en temáticas como sexo o salud, un buen porcentaje de adolescentes que mantienen una relación conflictiva o tabú con sus padres, o que pertenecen a familias que acostumbran censurar sentimientos y solución de inquietudes, recurren al internet en busca de las respuestas, sin tomar en cuenta, que en muchísimos portales de información la escritura es libre y no se encuentra dirigida y supervisada, por lo que, la información podría ser proporcionada por cualquier persona sin ser específicamente un conocedor; esta información es utilizada a diario por los adolescentes, he allí donde radica el impacto que el internet tiene en la vida y formación del pensamiento adolescente, y de esta forma se responde el porqué el internet se convierte en una moda en los adolescentes.

### **Creación de medios de comunicación que permiten la propagación de una idea**

Los medios de comunicación tienen un sentido general un poco más orientado que al hecho de responder a necesidades de los usuarios, han sido también creados para propagación de información que resulta beneficioso hacia una oligarquía dueña de los mismos medios; poseer un medio de comunicación no genera tan solo la satisfacción de brindar a una población determinada la información de última hora, al ser dueño de un medio de comunicación tan importante y predominante como lo es por ejemplo la televisión, es necesario

responder también a intereses de un sistema social y económico que requiere la propagación de información específica para mantener un status quo de equilibrio y dominación, los medios de comunicación son también considerados como medios de control, por la innovación, tecnología y estrategia con el que han sido creados.

Los tipos de ideas que se propagan alrededor de los medios de comunicación son un tema tan extenso, que podrían corresponder a una tesis entera del tema y lo que se quiere dejar en el pensamiento del lector, y que es, una realidad latente, es que una de las funciones principales de los medios de comunicación es responder a distintos intereses de grupos sociales específicos en la sociedad.

### **Medios de control social**

La vida en sociedad hace necesario que se desarrollen mecanismos que garanticen que los miembros del grupo van a comportarse según los valores del mismo.

El proceso de organización social hace que esos instrumentos vayan siendo más complejos, como respuesta a que la reproducción de las necesidades de un grupo se van haciendo cada vez más complejo, es así que resulta una cuestión lógica la idea que “a más poder más ambición y necesidad del mismo para subsistir”, esto pues hace recordar las palabras de Eduardo Galeano autor de las venas abiertas de América Latina en su discurso del derecho de soñar, cuando dice que “calidad de vida no deber ser cantidad de cosas”.

“La esencia del control social está constituida por la presión que el grupo ejerce sobre sus componentes, esto podría ejemplificar una falsa idea del control social, pues el control no nace como respuesta de una necesidad de un grupo, el control no es respuesta a nada más que la ambición de un dominador por dominar, los medios jamás debieron ser de control social si no fuera por la necesidad de ejercer un dominio de uno sobre el otro, si no fuera por la necesidad de ejercer poder por la fuerza, aún este implique tomar sitio en la mente de las personas sujetos del control, que más que llamarles sujetos debiese llamarles sujetos, pues esto es el control una forma de sujetar individuos no que lo permiten, sino más bien que no lo perciben por lanzarles el mensaje de la manera más subliminal y tecnológica posible que mas que innovadora la hace compleja.”<sup>8</sup>

### **Redes sociales**

Son sitios web que ofrecen servicios y funcionalidades de comunicación diversos para mantener en contacto a los usuarios de la red.

“Es una nueva forma de acortar distancias basado en una nueva tecnología informática, la necesidad de las redes sociales surge como la alternativa de comunicación de pensamientos y en diversas ocasiones como sitios de crítica ante diferentes temáticas de las que normalmente no se hablaría con tanta facilidad.”<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Idem, pág. 76.

<sup>9</sup> Roman, Rissoan, “Facebook”, “Redes sociales Facebook”, 2da edición. España: ENI ediciones. 2011. Pág. 99.

Se basan en un software especial que integra numerosas funciones individuales: blogs, foros, chat, mensajería, etc. en una misma interfaz y que proporciona la conectividad entre los diversos usuarios de la red.

Son redes de relaciones personales, también llamadas comunidades, que proporcionan sociabilidad, apoyo, información y un sentido de pertenencia e identidad social, desde esta perspectiva se podría considerar a las redes sociales como la nueva modalidad de escape de la realidad social que se vive, y se crea como una nueva burbuja en la que los sueños y deseos dan rienda suelta y se comparten con otro grupo de personas de diferentes partes del mundo con los mismos intereses, ciertas características sociales compartidas con otros países, podemos decir que se vive un clima social difícil de asumir y entender, en medio de una situación de violencia generalizada, modelos económicos estresantes, formas de producción desgastantes y pocos recursos aprendidos para desahogar los pensamientos, las redes sociales se vuelven ese escape.

Son grupos de personas con algunos intereses similares, que se comunican a través de proyectos, las redes sociales unifican intereses en los usuarios, pero en el caso de los adolescentes que aún se encuentran en el periodo de búsqueda de identidad, más que compartir intereses con otro grupo de personas, más bien se ven absorbidos por los intereses de los demás y se configura su pensamiento, alrededor de estos intereses, desde este punto, el uso de las redes sociales a tan temprana edad puede resultar perjudicial para los adolescentes. Sabiendo esto, la

orientación de los padres debiera ser una situación emergente, puesto que solo ellos podrían conocer el camino hacia donde la individualidad de sus hijos debe encaminarlo y no permitirían que la influencia pueda ser contraproducente en su desarrollo. El verdadero conflicto nace alrededor del tipo de información que puede propagarse alrededor de las redes sociales, y como esta información puede impactar el desarrollo de los adolescentes.

Existe un cierto sentido de pertenencia a un grupo con una cultura común: se comparten unos valores, unas normas y un lenguaje en un clima de confianza.

En cuanto al sentido de pertenencia lleva a considerar que dicho sentido de pertenencia resulta subjetivo alrededor de un medio web en donde se comparte con miles de personas de diferentes países, como se puede hablar entonces de sentido de pertenencia cuando no se conocen las culturas, valores y costumbres de las personas con quienes se comparten. Otro de los puntos relevantes alrededor de esto es que la red social no es un medio educativo que enseñe siquiera la propia cultura, entonces en realidad no es posible crear un sentido de pertenencia a través de las redes sociales.

En lo que se puede concordar es que, se comparte un lenguaje, puesto que estos medios enseñan una forma de adaptación al sistema de las redes sociales, y esa adaptación conlleva la implementación de un lenguaje y formas de actuar al estar conectado a la red.

“Tomemos en cuenta la pérdida de la privacidad para la socialización, se ha cambiado la modalidad de interactuar con los amigos de tal manera que se forme un círculo de apoyo, ayuda y clima de confianza, se modifico por un sistema en el que se dice lo que se piensa para que mas de 100 personas puedan leerlo y lo que es aun más preocupante que lo pueden comentar, es probable que la necesidad de expresión.”<sup>10</sup>

Algunos de sus miembros realizan actividades para el mantenimiento del grupo, estos círculos sociales lo que perciben es mantener el status quo del sistema, la reproducción de círculos en donde se mantiene un pensamiento específico y constante de información, que sirven para la reproducción de un patrón de pensamiento, cada vez existen más adolescentes en busca de pertenecer a estos círculos sociales como un medio de escape, los círculos se mantienen por si solos, entre los miembros del grupo se perciben características similares o esquemas de pensamiento.

Se realizan actividades que propician interacciones entre los integrantes que proporcionan ayuda emotiva y cognitiva, en estos espacios de opinión es posible comentar y compartir cualquier pensamiento o sentimiento, por tanto mucha información publicada lejos de contener una novedad más bien, es información que no se ha conciliado o no se ha encontrado un espacio más

---

<sup>10</sup> Idem, pág. 100.

privado para expresarlo, y se realiza entonces la publicación en las redes sociales en donde se está expuesto a recibir cualquier crítica, que en muchas ocasiones lejos de ser objetiva o de apoyo, pudiese resultar negligente, abusiva etc.

Para comprender un poco este fenómeno en crecimiento presuroso cabe citar en principio alguna definición básica que nos permita comprender que es una red social, cómo funcionan en Internet y algunas nociones sobre su historia

“Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos. Una sociedad fragmentada en minorías aisladas, discriminadas, que ha desvitalizado sus redes vinculares, con ciudadanos carentes de protagonismo en procesos transformadores, se condena a una democracia restringida. La intervención en red es un intento reflexivo y organizador de esas interacciones e intercambios, donde el sujeto se funda a sí mismo diferenciándose de otros.”<sup>11</sup>

### **Redes sociales en Guatemala**

En Guatemala las redes sociales tomaron un gran auge en los últimos años. Algunos estudios realizados en la sociedad guatemalteca han demostrado que las redes sociales muestran la mayor actividad dentro de los usuarios de la Web.

---

<sup>11</sup> Roman, Rissoan, Op. Cit. Pág. 101.

Según Ricardo Azurdía, director general de Shift (Empresa dedicada a desarrollar soluciones de internet) se demostró que en Guatemala el orden de importancia de las redes sociales, medidas por la frecuencia en que los usuarios ingresan a cada una de ellas son:

1. Facebook
2. Hi5
3. Twitter
4. Myspace
5. Tagged

### **Uso del Facebook por adolescentes**

“Según un reciente artículo de CBS News, un destacado investigador de redes sociales afirma que Facebook está convirtiendo a los adolescentes en parias narcisistas y antisociales”. Su investigación muestra que si bien Facebook puede ayudar a los niños a desarrollar una mayor empatía -y proporcionar a los adolescentes tímidos una manera de relacionarse socialmente- también trae problemas de salud mental, esto principalmente debido a la inhibición social que se filtra en el uso de Facebook, puesto que se utiliza como único medio de interacción social y se abandona el contacto social y relacional física, por la dependencia a la red.”<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Fernández Canilo, Borja, “Redes sociales lo que hacen sus hijos en internet”. 1era Edición. España: Editorial club universitario. 1989. Pág. 23.



Los adolescentes que navegan por Facebook a menudo muestran más agresividad, manías, ansiedad y depresión. Estos problemas pueden conducir a problemas de salud peores a medida que se hacen mayores. La dependencia por el uso y la temprana e inmadura edad en la que se inicia el uso de esta red social, produce una confusión en la realidad tangible del adolescente, pues le muestra un mundo virtual mágico en donde sin necesidad de mostrarse 100% autentico puede tener interacciones efectivas, el imaginario virtual que produce esta red social permite en el adolescente una introyección de un yo ideal que al caer en la realidad cotidiana contrasta de manera intensa con el yo real que se ha configurado y al que no ha prestado la atención, esta confusión, provoca molestia por no poder obtener todo lo que a través de la red ha podido conseguir, esta disfunción de la realidad inicia la patología en el adolescente.

La red como ya tratamos ofrece una realidad alterna placentera, que tanto como la bebida y las sustancias, puede provocar adicción, y esta necesidad está apoyada a diferencia de la bebida y las sustancias, en que como seres sociales necesitamos ser parte de un círculo que nos permita interactuar y compartir juntos, por lo que la adicción esta incluso contemplada y solapada cuando se trata de redes sociales, esta adicción impide la concentración en cualquier otro campo en donde se quiera obtener desarrollo, así pues el adolescente sujeto de la red, no profundiza en la gravedad de la adicción, ni le resulta fácil llegar a la consciencia de que este sistema no le permite la trascendencia, ya que le produce placer inmediato.

## Información que más se propaga en las redes sociales

Cuando se habla del contenido que se propaga en Facebook es fácil pensar en que dicha información está dirigida únicamente a los contactos que se tengan, sin embargo la expansión y alcance del mensaje va mas allá de los contactos, se propaga inalcanzablemente hacia los contactos de los contactos etc. Ahora bien que información es la más común en esta red:

- Comentarios sobre eventos ocurridos durante el día por el usuario; siendo esta la expresión más perjudicial de difundir, ya que con esto se está expuesto; dejando por un lado el que puede resultar perjudicial y peligroso hacerlo, la razón verdaderamente preocupante es como esto se vuelve una necesidad, que hay detrás de la necesidad de contar cada episodio del día, es una necesidad de desahogo nivel 100%, la necesidad de expresión es a tal grado grave que se busca este recurso para hacerlo, es una expresión narcisista y ególatra de la personalidad, que expresa la necesidad de ser escuchado, podría considerarse un síntoma de una personalidad narcisista, o tal vez una sencilla necesidad de compartir socialmente.
- Pensamientos acerca del estado de ánimo: es común observar comentarios no recurrentes, que expresan el estado de ánimo del usuario, eventualmente, esta expresión aunque también está representado por una necesidad de expresión, no se muestra como una necesidad constante, es más bien un impulso provocado por una experiencia intensa que provoca un sentimiento fuerte y que configura el estado de ánimo, lamentablemente

como ya se abordó, este se encuentra expuesto ante muchos otros usuarios que pueden expresar una opinión subjetiva y personal de lo que se ha descrito.

- Subir fotos: la red permite que se puedan crear álbumes de fotografías que evidencia los espacios en los que el usuario se desenvuelve, gustos intereses, grupos de amigos etc. Sin embargo en muchos perfiles se evidencian fotografías en muchas poses distintas del usuario, esto es lo que deja una laguna de pensamiento acerca de cómo podrían interpretarse, pues es una necesidad de mostrarse, una necesidad de vender una idea virtual de sí mismo. Se necesita atención. Es una forma muy reducida de experimentar lo que viven a diario las celebridades, con una audiencia mucho más reducida, construyendo a través de esto un personaje ficticio que pueda vivir una vida virtual.
- Publicar o postear imágenes y música: es una de las razones más frecuentes por las que se utiliza la red, las imágenes y la música son una muestra de lo que se piensa, de un pensamiento configurado por rasgos de personalidad, desarrollo colectivo e influencia de medios y sistemas sociales.

Es a través de imágenes por donde se reproducen la mayor cantidad de esquemas de pensamiento en la redes sociales, por ejemplo: una adolescente puede postear una imagen acompañada de un comentario, “de una modelo reconocida con un cuerpo extremadamente delgado, en traje de baño” el

comentario pudiese ser “el objetivo para fin de año”; este tipo de escenarios son muy comunes en Facebook sobre todo en adolescentes; es fácil llegar a la conclusión de que, esta mujer que muestra, es un estereotipo social que la adolescente a introyectado y que busca alcanzar, por alguna razón a de considerar que necesita ser así porque se sentirá más aceptada por alguien en específico que proyectivamente puede ser ella misma expresada en alguien más, es así pues como se reproducen estereotipos a través de las redes sociales y que directamente influyen en la configuración subjetiva de los y las adolescentes, y que porcentualmente el enfoque del contenido, refuerza en mayor grado estereotipos femeninos.

Todo este contenido que se evidencia en las redes sociales como Facebook genera una influencia directa en los usuarios del mismo, del contenido pudiera hacerse una tesis para analizarlo, sin embargo el interés radica en la influencia o impacto que este contenido genera en adolescentes, de 12 a 15 años y que permite el refuerzo de estereotipos femeninos.

### **Impacto de las redes sociales en la personalidad del adolescente**

El impacto que Facebook pueda generar en un adolescente radica en el tipo de uso que este, le da a la red social y sobre todo en la madurez emocional adquirida antes y alrededor del uso de la red, tiene también como ya se detalló, relación con el apoyo y supervisión que se cuente de los padres, sin embargo

podemos generalizar algunas ideas acerca del impacto que generan en el adolescente a manera de conclusión de esta parte del tema:

- Búsqueda de identidad, durante esta etapa que es la adolescencia esta necesidad se hace latente y prioritaria; por lo que uno de los ámbitos a nivel de desarrollo en donde impacta el uso de las redes sociales es esta precisamente, por el tipo de información que circula alrededor de este y la tendencia a lo que se conoce como la necesidad de popularidad, la identidad del adolescente se verá influido en la búsqueda de la misma por la ideología que introyecte alrededor del contacto con la red social.
- Realidad, otro foco de impacto de la personalidad del adolescente en donde hace acto de presencia las redes sociales es la interpretación de la realidad en el adolescente, pues como se expuso anteriormente estas redes sociales como, Facebook, permiten la creación de personajes virtuales que impactan la realidad subjetiva del adolescente, creando lagunas entre lo virtual y lo real, impactando la formación de la personalidad en cuanto a la configuración del yo real y el yo ideal.
- Relaciones interpersonales, las vivencias tangibles se reducen a través de la adicción a las redes sociales, la facilidad de desarrollar relaciones efectivas en grupos etéreos, se ve impactada por la necesidad de ocultarse que ejemplifica bien la adicción a las redes sociales.

## **Estereotipos**

“Estereotipo consiste en una imagen estructurada y aceptada por la mayoría de las personas como representativa de un determinado colectivo. Esta imagen se forma a partir de una concepción estática sobre las características generalizadas de los miembros de esa comunidad.”<sup>13</sup>

La aplicación se volvió metafórica y comenzó a utilizarse para nombrar a un conjunto de creencias fijas que un grupo tiene sobre otro. Se trata de una representación o un pensamiento inalterable a lo largo del tiempo, que es aceptado y compartido a nivel social por la mayoría de los integrantes de un grupo.

El estereotipo tal como se menciona líneas arriba es una formación social, que se utiliza para encuadrar una conducta o comportamiento, bajo un esquema de pensamiento que responda a las necesidades de un colectivo, que necesita generalizar para agrupar y de esta forma definir con un solo nombre.

Ahora bien respecto a que es compartido por la mayoría de los integrantes de un grupo, es demasiado afirmativo y muy poco objetivo respecto a la realidad de los estereotipos y es que los estereotipos son impuestos socialmente por diferentes círculos de relación de los individuos, de tal manera que un individuo

---

<sup>13</sup> Martin Cáceres, Aurelia. “Estereotipos de género”, “Antropología del género, cultura, mitos y estereotipos sexuales” 2da Edición. España: Ediciones Catedra. 2006. Pág. 90.

puede no ser partícipe de la decisión de definir o encuadrar una situación como un estereotipo y aun así vivirlo, reproducirlo y sufrirlo.

Una imagen que representa a un colectivo. Se trata de un conjunto de creencias acerca de las características de las personas de un grupo determinado que es generalizado a casi todos los miembros del grupo.

Y la publicidad contribuye a la creación de estereotipos sociales, culturales, y raciales. La publicidad es el medio por el que, los estereotipos son difundidos a nivel social, la facilidad de propagación de la misma permite la impregnación instantánea de la idea por el grupo al que se quiere encuadrar dentro del mismo, los estereotipos representan la cárcel de los esquemas de pensamiento, las limitantes de la identidad y de la búsqueda de la individualidad.

En una sociedad en donde se viven y se sufren los estereotipos, resulta una misión imposible buscar la individualidad desde cualquier medida, y en cualquier escenario que implique la relación social, la manera en la que se estereotipa a las personas y los grupos determina la incapacidad que estos tienen por romper estos paradigmas de control que han sido creados por un modelo económico al que le interesa mantener mediatizado el pensamiento de la comunidad, y que no permita la sublevación.

“Los estereotipos se transmiten y promueven por diversas vías, tales como la educación formal y la educación informal, principalmente en el núcleo familiar y

a través de los medios masivos de comunicación. Cuando se prende la televisión, la radio o se lee una revista, se le abre la puerta al hogar y a la mente a una serie de ideas y de imágenes que, si bien, por un lado, reflejan la realidad, informan y entretienen, por otro lado presentan una visión reducida y tendenciosa de cómo vivir, como pensar, como vestir, como SER.”<sup>14</sup>

La realidad es subjetiva, esta interpretada según el contexto del individuo, por lo que los medios de comunicación pueden mostrar alguna información lo cual no precisamente quiere decir que sea real, podría ser esta información que es necesaria mostrar para mantener un esquema de pensamiento flotante y constante para mantener una reacción específica de los individuos de una comunidad.

Un estereotipo es también, una imposición social, el tener que cumplir con requisitos para ser parte de un grupo social, que ocurre entonces con el derecho a la diversidad de pensamiento, actuar, sentir, si es necesario cumplir con requisitos, el único requisito debiera ser, que para ser parte de un grupo se tenga que tener la capacidad de aceptar las diferencias, tal como lo dice el principio de otredad, el conocimiento de uno mismo inicia a partir del otro, y el conocimiento de uno mismo inicia desde la individualidad.

La comunicación es el medio que se preocupa de establecer dichos grupos.

Tan solo la palabra marketing es una evidencia real de la influencia bajo la que los medios de comunicación están impregnados, es una palabra en ingles lo

---

<sup>14</sup> Idem, pág. 91.



que evidencia que la dominación está reglamentada por una potencia económicamente mundial, lejos de ser un potencial intelectual.

Luego las personas al ver una y otra vez el comercial irán aumentando las ganas de cumplir con el estereotipo que este estableció. Pero la moda es solo un caso, ya que las comunicaciones están repletas de estereotipos que van desde que ropa se debe usar hasta como una adolescente puede mostrarse para crear la expectativa ideal social.

Los estereotipos engloban una cantidad de situaciones y acciones que determinan en un 100% la configuración de la personalidad de los individuos, y si esto es tan impactante a todo nivel, consideremos como los estereotipos impactan en específico a los adolescentes, que se encuentran en la etapa en que definen su sentido de existencia, y en que cuestionan todo su entorno con el fin de buscar su identidad, y con esto determinar su esquema de vida adulta.

Los contenidos de la mayoría de los medios de comunicación, como es el caso de las telenovelas o los anuncios publicitarios, presentan estereotipos o modelos de personas ideales, con los cuales se hacen puntos de comparación, o bien imitaciones, y que constituyen una vía eficaz para preservar la idea de desigualdad entre hombres y mujeres, lo cual nos abre la brecha para entender los estereotipos de género.

El primer proceso que lleva a la aparición de estereotipos es el simple acto perceptivo de la categorización, que significa, colocar en un grupo específico, a una persona, delegándole una conducta, vestimenta, relación social específica. La

categorización es un proceso cognitivo básico y automático que cumple una enorme función de adaptación en los esfuerzos por afrontar un mundo complejo. Se cataloga a las personas en grupos, por sexo, raza, edad, ocupación y muchas otras categorías. Este proceso es automático y se da por hecho que la totalidad del grupo comparte ciertas características peculiares. Por desgracia, estas simplificaciones son inexactas con la mayor parte de los grupos humanos.

La categorización de personas en grupos tiene algunas consecuencias cognitivas inmediatas e importantes. Una es que magnifican o acentúan las diferencias entre los individuos que forman parte de grupos diferentes.

Los estereotipos ejercen poderosos efectos en el pensamiento sobre los otros, ya que implican generalizaciones sobre las características típicas o predominantes de los miembros de diversos grupos sociales, sugiriendo que todos los miembros de estos grupos poseen ciertos rasgos.

Más allá de encuadrar la idea de sí mismos, también provoca que se distorsione la idea que se tenga del otro, desde esa medida se le resta el valor al otro y se pone en peligro la empatía con los demás.

Los estereotipos, en parte, se corresponden con la realidad, lo que sucede, y esta es una de las características, es que tienden a exagerarla, bien sea en el adjetivo que se aplica o bien en la cantidad.

Otra de las características de los estereotipos es su gran resistencia al cambio, ya que, incluso pasan de generación en generación. Además, los estereotipos generan expectativas que no se modifican a pesar de disponer de más información. Por ser un sistema de reproducción de esquemas de pensamiento, los estereotipos persisten según la necesidad que se tenga de ellos, y como representan una forma de mediatizar el pensamiento es fácil comprender que los grupos oligárquicos necesiten persistir con estereotipos, además hay que agregar a este entendimiento que, en una sociedad en la que la educación es limitada y el desarrollo personal no es algo que se promueve, es común encontrar limitaciones para realizar cambios que impliquen procesos de transformación de pensamiento, puesto que implica un arduo trabajo el intentar cambiar algo que se arraigó en el pensamiento colectivo de la comunidad.

Una de las principales funciones de los estereotipos sociales es la función cognitiva de sistematizar y simplificar el entorno así como de predecir conductas, simplifican y ordenan nuestro medio social, cosa que facilita una comprensión más coherente del mismo, nuestra adaptación e incluso su predicción, al mismo tiempo que ahorramos esfuerzo analítico y tiempo. Sin embargo ahorrar esfuerzo analítico bajo ninguna medida debiera ser una opción, no cuando se vive a diario una fuerza de trabajo intensa, el proceso de transformación debiera consistir en invertir más tiempo en aspectos analíticos. La verdadera tarea resulta dejar de responder a intereses ajenos a los de la propia sociedad, lo cual históricamente representaría un cambio radical y que solo podría lograrse cultivándole desde el ámbito más

personal del individuo que es la educación, tanto la de la familia, que se entiende como en la escuela y otros grupos de relación.

“Los estereotipos codifican nuestras reacciones con la gente y nuestras ideas sirven para construir y a la vez reforzar un sistema de convenciones sociales que presentamos y utilizamos. De este modo también los utilizamos para justificar o racionalizar nuestra conducta en relación a la categoría que representa, es decir, sirve para justificar nuestro acogimiento o rechazo de un grupo. Los estereotipos son utilizados para justificar lo que no podemos comprender y lo que no queremos comprender, son la mejor alternativa de solución para desvalorizar a quienes no nos atrevemos a atacar, como si estereotipar no fuese una forma de transgredir.”<sup>15</sup>

Otra función de los estereotipos es la motivacional, de representación y preservación de importantes valores sociales, es decir, atribuir una característica mala a alguien para resaltar una buena característica de sí mismo. Que más bien pudiera entenderse como un temor a no contar con suficientes características positivas que permitan el enriquecimiento de un colectivo y por tanto se tiene la necesidad de estereotipar otras características de otro grupo aun cuando se puedan compartir similitudes, con el único fin de denigrar. También existen las funciones grupales, la primera de ellas, la función explicativa, en la que los estereotipos contribuyen a la creación y mantenimiento de creencias grupales que son utilizadas para explicar determinados hechos. Esta función es la más utilizada

---

<sup>15</sup> Martin Cáceres, Aurelia. Op. Cit. Pág. 93.

por sectores oligárquicos que necesitan mantener un esquema de pensamiento con el fin de mantener la posición y supremacía sobre un colectivo, algunos ejemplos de estereotipos que permiten mantener oligarquías son los estereotipos que tienen relación con la religión, género y cultura.

La función justificadora, se da al utilizarse los estereotipos para crear y mantener creencias grupales que son aprovechadas para justificar diversas formas de acción colectiva.

Por último, cabe nombrar la función de distinción positiva intergrupala, la tendencia a diferenciar de manera positiva el propio grupo de otros grupos. Los estereotipos facilitan la identidad social, la integración grupal y el ajuste de unas normas sociales. Siendo a su vez un arma de doble filo considerando que el hecho de que algunos estereotipos sirvan para la distinción intergrupala, a su vez también representan la ambivalencia de identidad, dejando descuidada la individualidad y las características que distinguen a unos de otros; también cuando se considera que pueden facilitar la identidad social, nuevamente se corre el riesgo de pierden la individualidad; y por ultimo en cuanto al ajuste de unas normas sociales que pueden únicamente resultar favorecedoras para algunos grupos que ejercen dominio sobre un colectivo, y no representando en realidad a todo el grupo sino más bien identificando y delineando lo que algunos sectores del colectivo necesitan que se muestre al exterior.

## **Estereotipos Femeninos**

Desde que se nace y se conoce el género, inmediatamente nacen los estereotipos: si el recién llegado es niña se le vestirá con ropas rosadas y su dormitorio se pintará con colores similares y sus repisas tendrán muñecas y peluches; si es varón se le vestirá con colores celestes y sus juguetes serán desde ese momento autos de juguete, legos, rompecabezas; estos son los primeros rasgos diferenciadores que tendrán hombres y mujeres a lo largo de toda su vida.

A través de esto podemos entender que los estereotipos son milenarios, y que más allá de ser una decisión de todos, los estereotipos son imposiciones sociales, sin embargo es necesario reconocer que los estereotipos no son los mismos para todos, y que están determinados por la cultura en la que se haya nacido, los estereotipos no son los mismos en el continente de Oceanía que en el de América, aun cuando puedan compartir rasgos de un continente a otro como el hecho de que en ambos hay tanto mujeres como hombres, sin embargo no se determinan alrededor de esto sino del valor que tengan tanto las personas como las situaciones de un lugar a otro. Tal como se expresa en líneas anteriores los estereotipos también varían de acuerdo al género al que se pertenezca; por ejemplo en Guatemala, no está igualmente valorada la mujer como el hombre, la figura femenina como tal esta devaluada a raíz de tantos años de conflicto armado, en donde la mujer fue un motín de guerra, y una de las armas más letales para lastimar el valor colectivo de las comunidades.

“Sorprende comprobar cómo siguen siendo útiles, analíticamente, las clásicas dicotomías de ‘hombre – cultura’ *versus* ‘mujer – naturaleza’; o la división de los espacios en ‘públicos’ y ‘privados – domésticos’; o las referencias a las ‘razones’ masculinas frente a las ‘pasiones’ femeninas.”<sup>16</sup>

Los principales estereotipos de género consisten básicamente en esta idea de que los hombres están encaminados hacia todo lo que sea intelectual, cultural o de progreso personal, mientras que las mujeres se encuentran limitadas a lo que puedan realizar con sus limitados espacios en sociedad, dejándoseles los roles que según el colectivo no representan mayor compromiso y dificultad de realizarse, se relegan a las mujeres la solución de necesidades naturales, considerándolas desde esta perspectiva como totalmente emocionales, impulsivas y dramáticas frente a todas las situaciones, dejando de considerar la perspectiva en sí de las mujeres y entendiéndola como un raciocinio subjetivo de los temas, por lo que se ha cultivado el hecho de que como mujeres no se cuenta con la capacidad suficiente de razonar y aportar en temas de relevancia social, puesto que el banquillo se encuentra ocupado por el sexo que tiene la capacidad y agalla de realizarlo que vendría a ser el de los hombres; y es que en realidad no consiste en la capacidad certera, para emitir una opinión, consiste en el espacio para expresarse el cual no se ha ofrecido a las mujeres y esta relegado para los hombres.

---

<sup>16</sup> Idem, pág. 95.

Es decir, nos queda claro que el rol es realmente asumido por las mujeres y por ello expresado y aceptado.

Esto aún por difícil que resulte es en su totalidad una realidad estremecedora, se ha hablado acerca de cómo los estereotipos traspasan generaciones de conocimiento y avance social, siendo permanente y fluctuante en el pensamiento, pues resulta que esto se ha logrado en el caso de los estereotipos de género; es así pues que desde niña una mujer está directamente influida y constituida por estereotipos que aun cuando no son en su totalidad entendidos por ella, configuran su adolescencia y su papel al llegar a la adultez, y este bombardeo de conocimiento y estereotipos esta transmitido por su madre quien le enseña su rol en la familia y posteriormente le orienta hacia el que debe ser su rol como adulto.

Los roles sociales referentes a la mujer son aceptadas por las mujeres y vividos intensamente, lo que no permite una transformación real de los estereotipos impuestos a ellas.

Para delimitar un poco más el tema en el que nos interesa profundizar, se hace una referencia más amplia acerca de lo que socialmente se ha construido a lo largo de muchos años y que constituyen la generalización de las mujeres, los estereotipos que se presentan a continuación son vivenciales en Guatemala y determinan el desarrollo intelecto – emocional de miles de mujeres alrededor del país, son los estereotipos que impactan a las adolescentes que se encuentran en el proceso de búsqueda de identidad, son así mismo los roles que se manejan a



nivel social y que permiten que se mantenga un pensamiento sexista en muchos campos de acción a nivel nacional.

### **Tipos de estereotipos femeninos de relevancia reforzados en la sociedad Guatemalteca**

- “La fiera; Es bruja en esencia y está todo el tiempo dirigiéndole la vida al resto. Obliga a las amigas a cambiarse de look, manda a su compañera a pedir aumento de sueldo o le ordena a su pareja a que camine más derecho o no coma con los codos apoyados en la mesa. Cree que todos están a su disposición y si no se le hace caso puede convertirse en la peor pesadilla. Para ella, nadie más piensa además de ella y su pareja es un perro a sus pies. Se burla de todos, es grosera y agresiva y jura que es mejor que cualquiera que pise el planeta.”<sup>17</sup>

Dicho estereotipo esta enrolado a muchas madres, son principalmente las victimas las suegras y se les adjudica justo al convertirse en, tienen la capacidad de ejercer dominio sobre los demás y lejos de considerársele como una lideresa se le configura como una fiera que no permite que las personas a su alrededor vivan su propia vida, es una mujer altamente perfeccionista que gusta de crear los nuevos mandamientos en su vida, imponer y promulgarlos hacia su contexto, este tipo de mujer es en sí muy segura y capaz de salir adelante por si misma, no teme la independencia, cuenta con las mismas cualidades con los que a lo hombres se les conoce como independientes y jefes; pero resulta que es mujer y esto impide

---

<sup>17</sup>Robyn, Quin, Barrie, Macmahon. “Historia y estereotipos”, “Estereotipos”. Primera Edición. Madrid, España: Ediciones la Torre. 1987. Pág. 135.

que de hecho pueda considerársele igual por lo que se crea la necesidad de denigrarla considerándola una fiera; lo importante de tomar en cuenta es que ocurre con una mujer a quien se le estereotipa dentro de este escenario, lejos de sentirse orgullosa por lo que para muchos pudieran ser cualidades natas de lideresa, más bien se le crea un estigma que le persigue emocionalmente y busca intensamente encontrar la pastilla que contenga el cambio en lugar de explotar cualidades y forjarse como lo que es una mujer empoderada y pudiente, se le considera agresiva y grosera porque se impone e impone su pensamiento antes que aceptar una imposición masculina o incluso una femenina que no le llene.

- La manipuladora; “Ella lo quiere conversar todo y tiene la capacidad de dar vueltas las palabras para que estén a su favor. Quiere amoldar a todos a sus ideas y habla en plural cuando en realidad sólo le interesan sus necesidades. Se las da de comprensiva y comunicadora y en realidad manipula al resto sin temor. Dicen saber todo acerca de la comunicación interpersonal, lo que puede tornarse insoportable si es que intentas llevarle la contraria en alguno de estos temas. Ella es una ‘eminencia’ y contradecirla puede llevarte al más absoluto aislamiento.”<sup>18</sup>

Con una gran similitud con la mujer fiera, la manipuladora tiene la peculiaridad que no intenta convencer a nadie acerca de lo que le parece y lo que piensa más bien sencillamente lo lleva a cabo y coacciona a los demás por hacerlo, como dando una orden, manipula las circunstancias para hacerle saber a las personas a su alrededor que por no haber una mejor alternativa de solución la

---

<sup>18</sup> Idem, Pág. 137.

suya siempre es la mejor y se hará porque así se ha dispuesto, tiene la peculiaridad de no pensar en los demás y buscar la solución de sus necesidades antes que las de nadie, cuenta con una personalidad ególatra y narcisista, muestra no tener la necesidad de nadie más aún cuando toma en cuenta a todos a su alrededor para cumplir con sus necesidades; esta mujer no permite que se le corrija puesto que su punto es el único que cuenta con sentido suficiente para entenderle, al igual que la mujer fiera cuenta con la arrasadora capacidad de liderar un grupo y dominarles, si fuese un hombre se le conocería como una eminencia de dictador, sin embargo por ser mujer se le considera la manipuladora, este estereotipo se le impone en gran medida a aquellas mujeres que se han abierto campo en sus carreras profesionales, se les conoce como sin límites y se les resta capacidad por adjudicarles el defecto de moldear a la gente a su antojo, cuando en realidad son eminentemente profesionales y persistentes para que se les siga como un alumno a un maestro.

- La vacilante; “Nunca sabe lo que quiere, jamás quiere tomar una decisión y no está contenta con lo que vive. Siempre se compara con el resto y se considera un esperpento de la sociedad. Se intranquiliza con cualquier noticia con un poco de alarmismo y cree todo lo que el resto le dice. Necesita a su lado a una pareja que le haga todo y le diga qué hacer, porque si no, se siente a la deriva. Como es indecisa, se demora horas en salir de casa y si la miras demasiado se siente perseguida y cree verse fatal con lo que se puso para salir. Trata de no

hablar mucho en público y si su pareja habla con una mujer, seguro piensa que la dejan por otra.”<sup>19</sup>

Con una ambivalencia de personalidad, cuenta con una personalidad dependiente puesto que está considerada como incapaz de tomar una decisión y busca la aceptación y la vivencia alrededor de los demás, tienden a buscar una pareja narcisista que les apoye en la búsqueda de identidad y que les marque el camino que deben seguir, está en definitiva afectada en cuanto a su autoestima, puesto que no se considera capaz de dirigir su propio camino, y espera se le levante y se le encamine, no encuentra donde empieza y en donde terminan sus responsabilidades, de hecho tiene una gran capacidad de realizar una infinidad de actividades pero con la condicionante de que se le impongan, está configurada por relaciones sentimentales de abuso, vive con el temor de ser herida y traicionada, y de hecho esta tan predispuesta a que suceda que casi lo provoca, este estereotipo está íntimamente resguardado para las mujeres que no entran en el estereotipo occidental de belleza y que se marginan por esta razón.

Muchas amas de casa y mujeres que no han alcanzado el éxito profesional se les condiciona a vivir este estereotipo y vivir alrededor del éxito del esposo y en gran medida de los hijos, a quienes se han entregado y han donado su vida como una medida de escape por lo que no pudieron lograr, por miedo a fracasar en el intento.

---

<sup>19</sup> Idem, Pág. 138.

- La salvaje; “Ella es amante de la locura y es impulsiva a más no poder. Quiere hacer todo y en cualquier momento y junto a ella, el aburrimiento no existe. Puede hacer de un simple fin de semana, el mejor de tu vida y en materia sexual es la entretención total. Vive en una eterna juventud, por lo que evita en cierta manera tener compromisos que la hagan sentir atada y muy llena de responsabilidades. Ella vive de la adrenalina y sin duda, es una mujer muy entretenida, también peligrosa.”<sup>20</sup>

Esta mujer es lo que en términos masculinos sería el vividor, el don Juan, el incomprometible, términos que verdaderamente denotan éxito y una claridad de que es lo que quiere y lo que no, sin embargo desde el enfoque femenino resulta ser la mujer peligrosa, la mujer a quien se le esconden los maridos, a quien no se le presentan a los novios, a quien si se es hombre basta un par de cervezas para obtenerla, este estereotipo ha sido delegado a aquellas mujeres que han adoptado con todo el sentido una vida que a cualquier hombre se le cumple, todos los hombres en algún momento de sus vidas viven a intensidad su juventud, sin embargo a las mujeres se les recrimina por hacer uso de su objetividad y voluntad para vivir su vida como mejor les parezca; a estas mujeres se les denigra y suelen tener una gran dificultad para entablar relaciones sentimentales profundas y duraderas puesto que han elegido vivir una vida más liberal, se le conoce como ahuyenta responsabilidades, y pues lejos de ser esto, más bien concibe seriamente la necesidad de establecer relaciones duraderas, pero no está

---

<sup>20</sup> Idem, pág. 140.

dispuesta a conformarse con algo que no le satisfaga, necesita sentirse cómoda con alguien para establecer la relación que desea, es una mujer segura y dispuesta, a vivir lo que le corresponda vivir, elige su camino sin prejuicios y sin necesidad de aprobación social, pues su convicción es vivir de acuerdo a sus necesidades y tendencias no a la de los demás, será difícil encontrarla dependiendo de alguien y cuenta con una personalidad convincente, suelen tener éxito en lo que se propongan.

- La esotérica; "Entras a su casa y tiene de todo para atraer las buenas energías y echar las malas. Ata a su muñeca un lazo rojo para evitar envidias y te mira a los ojos para conocerte más a fondo. Práctica todo tipo de ejercicios orientales, se ve el tarot cada cuatro semanas (y cree firmemente en lo que le dice la bruja), evita como sea, pasar por debajo de una escalera. Si bien resulta ser inofensiva, hay que tratar de evitar que llene todo de su esoterismo y no pueda vivir sin la orientación de las cartas."<sup>21</sup>

Esta mujer está íntimamente determinada por la cultura religiosa con la que haya sido educada normalmente suelen ser mujeres que han sido criadas con las abuelas, a quienes se les adjudica este estereotipo, lejos de ser brujas, son mujeres temerosas de los designios de un ser supremo del que se les ha enseñado, que tanto como puede ser un padre de bondad, también puede ser un fuego consumidor si no cumples con sus mandamientos determinados hace siglos, en un contexto de sociedad distinta; normalmente se les concibe como mujeres

---

<sup>21</sup> Idem, pág. 141.

con poca educación, están tan arraigadas a sus creencias que viven para cumplirlas aun cuando este camino represente ser todo aquello que no quieren ser, puesto que lo consideran los designios del destino que está íntimamente ligado con el mandato de aquel ser supremo que promete vida eterna en un mundo mágico al morir, este estereotipo de mujer suele denigrar a quien se le impone por concebirla como un saco de supersticiones y olvidando que existe la diversidad de pensamiento y de actuar.

- La matea; “Ella jura que lo sabe todo y llega a ser petulante con sus conocimientos. Se burla de quienes no tienen sus mismos gustos y de los que no saben tanto de literatura como ella. Sus panoramas son las lecturas de poesía, la última puesta en escena, la exposición o la reunión con amigos artistas. No se permite hablar de temas livianos y menos de farándula, ya que lo considera de mal gusto. Ella sólo ve los programas de Discovery y History Channel.”<sup>22</sup>

Esta mujer es altamente ególatra, aprendió a ser la maestra del mundo, busca intensamente el conocimiento del mundo como una necesidad de escudo ante lo que personalmente le pueda dañar, normalmente es una mujer hipersensible que necesita de su aspecto intelectual para construir la barrera protectora contra un mundo que considera cruel, tiene aires de grandeza y hace sentir a los demás que no son dignos de sí, por no tener el conocimiento que ella posee, sin embargo, suelen ser las mujeres más encapazonadas que buscan aceptación alrededor de sus capacidades por el miedo de no obtenerlo por su

---

<sup>22</sup> Idem, pág. 143.

imagen interior, puesto que no se aceptan a sí mismas sin este conocimiento haciendo el estandarte.

- La perfecta; “Es la típica chica buena, bonita e inteligente. La de los sueños de cualquier hombre. Viste perfectamente, muy tradicional pero sexy, siempre está a la moda, su cabello luce impecable y pareciera que la hubiese maquillado un profesional. Se dedica a escuchar a los hombres y sólo habla cuando ellos se lo piden. Con sus amigas es más o menos similar. Muy preocupada, cariñosa y respetuosa. A veces llega a ser enfermizo de lo perfecta que es. Pero ella es así, alegre, positiva y no se preocupa por el qué dirán.”<sup>23</sup>

El estereotipo de mujer bonita que tanto se prolifera en los medios de comunicación, la mujer que impone la tendencia al consumismo por la necesidad de mantenerse innovando y a la moda, la que cuenta con la necesidad de ser bella por no contar con ninguna otra cualidad que busto y trasero, casi todos los hombres aportan a que las mujeres sientan que pueden pertenecer a este tipo de mujer, sin analizar como mujeres que ser parte de este tipo de mujer, representa abandonar toda capacidad individual de sobresalir por convertirse en la mujer florero que adorna la sala de cualquier hombre, el sueño de la gran mayoría de mujeres en el mundo al igual que de los hombres, las mujeres por su parte sueñan con ser por un día como este tipo de mujer, que aun con “una guerra librada” no se les corrió el maquillaje y aún después de una lucha con un “autobot” el cabello sigue viéndose como recién salido del salón, este estereotipo de mujer crea los

---

<sup>23</sup> Idem, pág. 144.



mayores complejos imaginables, gracias a ellos existen los problemas alimenticios y el consumo de sustancias dañinas para el organismo, con el fin de parecerse cada día más a las top model, modificadas a computadora que se exponen en pasarelas televisivas. Y para los hombres resulta un sueño hecho realidad que tan solo les voltee a ver una mujer como esta.

Es la típica mujer a la que sueñan con enseñar aun así no sepa cuál es su nombre completo, la mujer exhibida como la última adquisición que deja de ser mujer para convertirse en objeto de exhibición y adulación, esta mujer carga con una pesada responsabilidad y es la de ser siempre perfecta, de ser la que siempre sonríe, la que aún después de un día arduo de trabajo no tiene derecho a sentir estrés, pues siempre debe estar con la sonrisa dibujada con tiza.

- La avasalladora; “Esta mujer es patuda de esencia. Llega a tu casa y registra tus cajones, mira tu ropa y si le gusta algo se lo pone sin preguntar. Cuando comienza una relación con alguien, en menos de un mes se instala en su departamento, apoderándose hasta del botiquín del baño. No tiene conciencia de los espacios personales y para ella, todo se debe compartir, en particular si ese todo no es de ella.”<sup>24</sup>

Esta mujer está constantemente lista para instalar el equipo de control, no conoce límites pues no los tiene en su vida personal, es capaz de transgredir cualquier espacio si lo desea y suele ser la mujer de la que hay que esconder el carro, si no se quiere que al día siguiente lo pida, se le conoce como la vividora,

---

<sup>24</sup> Idem, pág. 145.

suele vivir de las comodidades de los demás, su principal objetivo es todo lo que le gusta y que no puede obtener por sí sola, no requiere de mayor esfuerzo para obtener lo que quiera. Este tipo de estereotipo es uno de los más comunes en las que las mujeres ayudan a reproducir, normalmente las que catalogan a estas avasalladoras son las mismas mujeres a su alrededor, que viven en constante represión por hacer algo de lo que esta mujer es capaz de hacer. Es de las mujeres de las que las mamás esconden a sus Ricki Ricon.

- La exclusiva; “Ella es de gustos caros y no sale de su casa si no es al lugar más top de la ciudad. No le gusta andar en taxi ni menos en bus, se sube sólo a autos del año. Tienen ropa de marca y las joyas son su debilidad. No cualquier hombre puede estar con ella, pues pone condiciones que sólo un 5 por ciento de los hombres son capaces de cumplir. Generalmente luce estupenda, de peluquería y hasta los cigarros que fuma son caros. Hace mucho ejercicio, así que pese a que come hartito, es delgada y curvilínea. Ella sabe lo que vale y no se va por menos.”<sup>25</sup>

Esta mujer está acostumbrada a vivir una vida que muy probablemente no debe pagar, y si lo hace seguramente gasta el 200% de lo que gana, pues esta tan emergida en el consumismo del sistema que, es la viva expresión de la guía turística para conocer sitios conocidos y en extremo VIP, conoce más de marcas que cuántos son sus vecinos, tiene la peculiaridad de hacer sentir a los hombres que no son lo suficiente para obtenerla, se vende como un objeto

---

<sup>25</sup> Idem, pág. 149.

inconscientemente, un hombre es digna de ella dependiendo del tipo de carro que tiene y los lugares que conoce, es un objeto mercantil de distinción, se pone precio y se exhibe solo ante quienes puedan pagar sus gustos.

- La inmadura; Puede tener más de 35 años, pero sigue yendo a bailar sola a la discoteca de moda. Se viste como adolescente y se comporta como tal. Bebe más de la cuenta y grita demasiado. Se va con cualquiera y se enamora sin remedio del peor indicado. Le gustan los hombres malos, que la maltraten, que sean vagos y ojalá que hasta le sean infieles en la propia cara. Mientras peor sean, más enamorada estará. Por eso mismo, se rodea de seres que van y vienen y a la larga siempre termina sola y enamorada de un imposible.

Esta mujer se quedó una etapa anterior de desarrollo emocional, generó una fijación hacia su adolescencia, su etapa más desorientada resulto ser su sistema de vida, y el conseguir ser así le provoca el sentimiento de que en realidad está viviendo, extrema para sus emociones, suele buscar peligros para probarse que está viva, intensifica sus sentimientos cuando estos la exponen a condiciones patológicas a nivel de relaciones, se les conoce como masoquistas pues buscan la ambivalencia en sus sistemas de vida, buscan relaciones que les generen dolor nuevamente para sentirse vivas, no logran alcanzar la adultez total, y tienen dificultad para entablar lazos afectivos profundos.

- La descuidada; “Se cree la mejor estrella de Hollywood al salir, claro que no lo hace con plumas, sino que con las peores prendas que encuentra en su clóset. Hasta su ropa interior es vieja, grande y holgada. No hace ni el más

mínimo esfuerzo por verse bien o al menos pararse bien. Su cabello luce descuidado y no siempre muy bien lavado. Ella se escuda en que si alguien se enamora de ella debe hacerlo por lo que realmente es y no por lo que representa. Por ende, generalmente no tienen pareja.”<sup>26</sup>

Este tipo de mujer esta interiormente demasiado atada a tabúes, normalmente estos le han llevado a una postura de negación de su femineidad y le han cobrado la necesidad de sentirse parte de un grupo, siente la necesidad de volver una pelea el que le quieran, considera que la imagen esta des conceptualizada y que solo es una forma superflua de concebirle.

- La materialista; “Es la mujer que se rige por cuánto tiene y se valora de acuerdo a eso. Asimismo lo hace con el resto de sus cercanos y es fría en sus sentimientos. Sólo habla de ropa, moda, autos y fiestas. Pero no tiene ni idea de lo que ocurre en el mundo o de quién es el nuevo Papa.”<sup>27</sup>

En su mundo sólo sirve la información que atañe a cosas y, por lo mismo, no saldrá con un hombre que no tenga un estatus medio alto o un apellido de elite. Es muy preocupada del resto y vive una vida bastante vacía. Prefiere un hombre con dinero. Estar al nivel correcto lo vale todo, para ella. Es el tipo de mujer que funciona en el sistema capitalista, consume sin razón y sin que esto le provoque remordimiento o que pensar, no tiene mayor cultura general y no considera que sea necesario para ser funcional, tiene una inminente necesidad de ser un

---

<sup>26</sup> Idem, pág. 149.

<sup>27</sup> Idem, pág. 150.

maniquí que ofrece alternativas de consumo y que solo se exhibe, tienden a considerar relaciones en donde les den estatus y clase, aun cuando sentimentalmente esto no le represente nada más que vacío.

- La alternativa; “Es la típica actriz joven o artista independiente, que pintan una vida liberal, sin preocupaciones de lo que el resto opine de ellas. Buscan la música que sea menos masiva para convertirse en sus seguidores y establecen su propia moda. Están a favor del aborto, de la convivencia, de la eutanasia, del divorcio y de todo lo que provoque polémica. Por eso mismo, se rodean de lesbianas y gays o de todo grupo minoritario que las destaque y las haga diferentes.”<sup>28</sup>

Se quejan de los medios de comunicación, pero hacen uso de ellos cuando les conviene. Tienen un discurso doble de fácil identificación y su estilo alternativo muchas veces está ausente de bases firmes y no es más que una pose a la moda. Conocidas como las revolucionarias, consideran cualquier alternativa para revelarse ante la autoridad, tienen convicciones individualistas y propias, se hacen de seguidores para reproducir sus ideales, tienen una necesidad inminente de ser diferente y sentirse así, les produce satisfacción sentirse un punto y aparte en conversaciones y círculos de relación.

Estos han sido por mucho tiempo los principales estereotipos que se han impuesto y se han convertido en roles sociales para las mujeres, que las obligan a pertenecer a uno o a otro tipo de mujer pero todas encasilladas en algunos, sin

---

<sup>28</sup> Idem, pág. 151.

embargo hay un nuevo estereotipo que se ha impuesto recientemente y que configura cada día más a mujeres en la sociedad Guatemalteca;

Esto ha hecho surgir un nuevo estereotipo femenino: la *súper mujer*, incansable mujer capaz de compatibilizar el trabajo fuera y dentro de casa, es una nueva exigencia delimitada y alcanzada de nuevo por estas mujeres, que han decidido no abandonar sus intereses profesionales y su vida privada de casa, han tenido la necesidad de convertirse en súper mujeres que deben cumplir con más de un rol para sentirse productivas, sin embargo, la configuración de este nuevo modelo de mujer ha liberado más la oportunidad de incidir en nuevos roles sociales, sin embargo ha generalizado un estado de extremo cansancio y declive en la situación emocional de las mujeres que se exigen a este nivel.

## **CAPÍTULO II**

### **TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

#### **2.1 Técnicas**

##### **2.1.1 Técnicas de muestreo**

Para la selección de la muestra se utilizó el muestreo intencional, por lo que se determinó trabajar con un total de 40 adolescentes mitad mujeres y mitad hombres, que cumplieran con las siguientes características:

- Reconocerse a sí mismo como Hombre o Mujer
- Tener Acceso a la red social Facebook
- Cumplir con el parámetro de edad
- Estar dispuesto a participar

El proyecto de investigación se trabajó en el Colegio Mixto Valle Real, con adolescentes hombres y mujeres de 12 a 15 años. La población es de un estrato socioeconómico medio.

##### **2.1.2 Técnicas de recolección de datos**

###### **a. Observación:**

Se trabajó la observación utilizando como instrumento talleres grupales, en donde se buscó la participación activa de los adolescentes y promover el interés del tema, con esta técnica se logró un acercamiento con los adolescentes y permitió realizar un análisis de contenido, de las intervenciones que los adolescentes compartían. Se observaron algunos indicadores, como temor a

expresar el uso frecuente de la red social Facebook, esto durante los primeros dos talleres, sin embargo a lo largo del proyecto se observó mayor apertura y participación en los adolescentes. A través de la observación se logró identificar Facebook como la red social más utilizada por los adolescentes participantes, se propiciaron espacios de expresión que permitieron la apertura con los adolescentes para brindarles orientación psicopedagógica acerca del contenido que postean en Facebook. La información recabada se analizó y se presentó a través de un análisis de contenido, gráficamente.

b. Entrevistas:

Se trabajó la entrevista, utilizando como instrumento una guía estructurada con 14 preguntas que enfocaron la entrevista con los adolescentes. Con esta técnica se evaluaron indicadores como el conocimiento de los adolescentes acerca de estereotipos de género, y el funcionamiento de Facebook como medio de publicidad y reproducción de información. Se trabajó la entrevista de manera individual con cada participante, con el fin de brindar el espacio y condiciones necesarias para que el adolescente expresara sus puntos de vista con libertad. Con esta técnica se logró describir cuales son las funciones principales que los adolescentes le dan a Facebook, e identificar los principales estereotipos femeninos que estos reconocen en el contenido que se publica en Facebook. La información recabada en la entrevista se presentó gráficamente.



c. Grupos focales:

Se trabajaron grupos focales, dividiendo la muestra en dos, de tal manera que cada grupo tuvo 20 participantes, para trabajar la técnica se utilizó como instrumento una guía de orientación basada en imágenes gráficas que se obtuvieron de perfiles de Facebook anónimos, lo que permitió la clarificación de conceptos con los adolescentes. Se evaluaron indicadores como estereotipos femeninos, violencia psicológica referente a características femeninas. Con esta técnica se logró identificar los principales medios de comunicación que permiten el refuerzo de estereotipos femeninos en Guatemala, así como identificar los principales estereotipos femeninos que son reforzados a través de Facebook. Con la información recabada se realizó un análisis de contenido que permitió presentar los resultados gráficamente.

d. Talleres Grupales:

Para trabajar la técnica de la observación se realizaron cinco talleres con la muestra de adolescentes, la duración de cada taller fue de 1 hora, el taller consistió en tres partes fundamentales: bienvenida, a través de una dinámica rompe hielo, tema, que se trabajó con diapositivas de forma magistral, y por ultimo socialización del tema, en donde se solicitó a los adolescentes que brindaran sus opiniones y se dedicó un 50% del tiempo a socializar los comentarios brindados para lograr mayor participación de los participantes.

### **2.1.3 Técnicas de análisis de datos**

Para el análisis de datos se utilizaron como técnicas, el análisis porcentual por medio de gráficas de pie y la triangulación de datos obtenidos en la entrevista y grupos focales, presentado en el análisis cualitativo.

A las gráficas de pie se agregó un análisis y descripción de los datos presentados, obtenidos de la guía de orientación de entrevista y la sistematización textual de grupos focales.

## **2.2 Instrumentos:**

### **a) Diario de Campo:**

Para sistematizar los talleres y observación se trabajó un diario de campo en el que se sistematizaron los datos obtenidos durante la realización de cinco talleres y durante todo el proceso de interacción con los y las adolescentes.

### **b) Guía estructurada para entrevista:**

Para trabajar la entrevista se realizó una guía estructurada que constaba de 14 preguntas abiertas, se trabajó individualmente con cada adolescente, trabajando un total de 40 entrevistas.

### **c) Guía orientación para grupos focales:**

Para trabajar los grupos focales, se realizó una guía de orientación basada en 25 imágenes gráficas, que evidenciaban estereotipos femeninos que sirven para realizar publicidad en redes sociales como Facebook, así como imágenes que los adolescentes postean sin conocer el contenido real del mismo.

**CAPÍTULO III**  
**PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS**  
**RESULTADOS**

**3.1 Características del lugar y de la población**

**3.1.1 Características del lugar**

El trabajo de campo se realizó en el Colegio Mixto Valle Real, ubicado en la zona 12 de la ciudad capital, en la 11 avenida 30-63 Colonia Santa Rosa II, en el área urbana de la capital.

**3.1.2 Características de la población:**

La muestra seleccionada para el trabajo de campo, constó de 40 adolescentes veinte hombres y veinte mujeres, comprendidos entre las edades de 12 a 15 años, estudiantes del colegio Mixto Valle Real. La población proviene de un estrato socioeconómico medio.

**3.2 Presentación, análisis e interpretación de resultados**

A continuación se presenta el análisis cualitativo de los datos, un diagrama de flujo que evidencia el proceso de formación y refuerzo de estereotipos femeninos a través de redes sociales, tales como Facebook, el análisis porcentual presentado por medio de graficas de pie y la sistematización de los grupos focales.

### **3.2.1 Análisis cualitativo**

La investigación se realizó con la finalidad de determinar cómo se produce la formación y refuerzo de los estereotipos femeninos a través del uso de redes sociales como Facebook, en los adolescentes específicamente entre 12 y 15 años, en esta investigación participaron adolescentes estudiantes del Colegio Mixto Villa Real, ubicado en la zona 12 de esta ciudad. Adolescentes que se encuentran en uso constante de la red social y que a su vez se encuentran expuestos al contenido gráfico y textual que ellos mismos publican en esta red social.

Contenido que dentro del proceso de investigación de campo se determinó, en conjunto con la muestra seleccionada, esta culturalmente determinada, gran parte de este contenido que circula en las redes sociales pues hace referencia a formas de vida, ideología, moralismo, y roles de género.

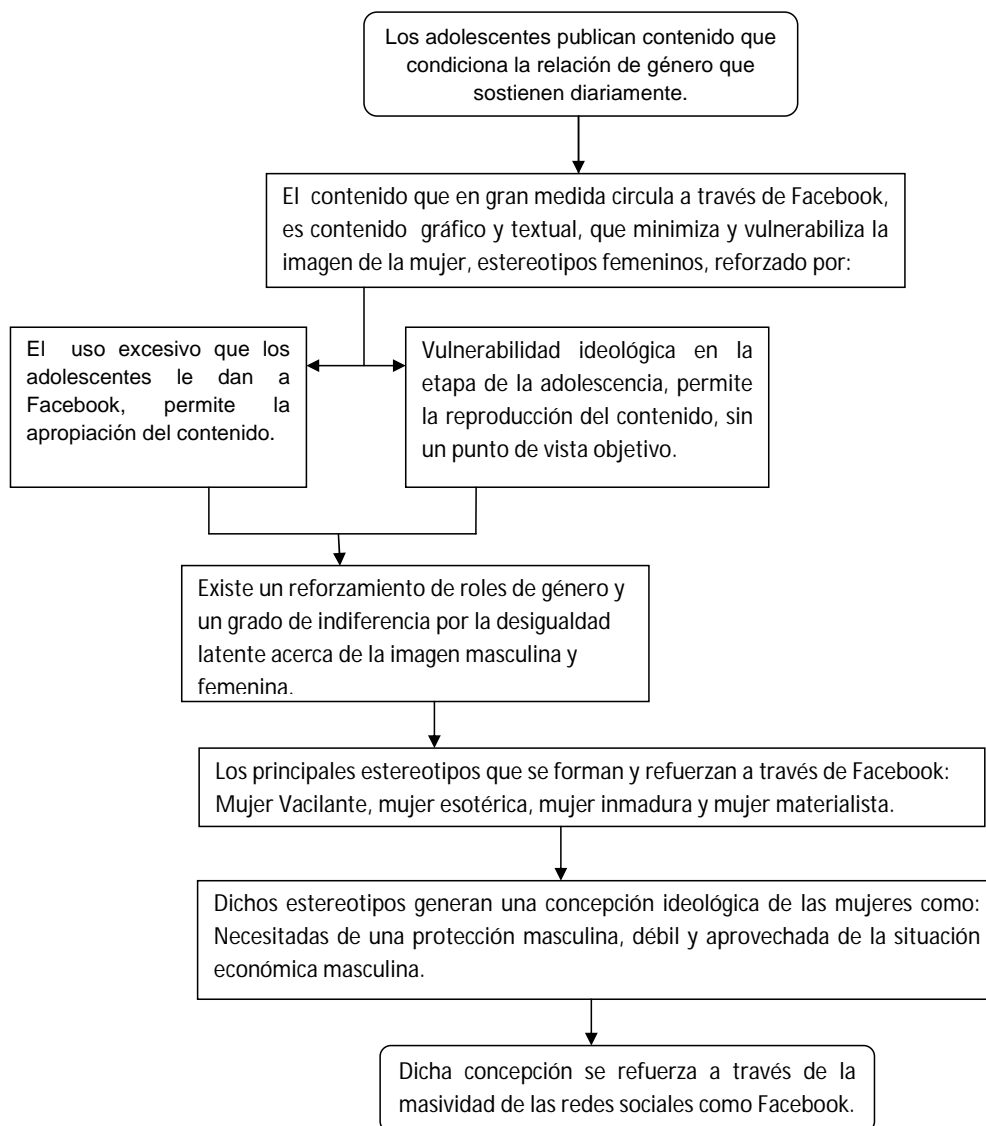
En gran medida los usuarios de la red social Facebook identifican este medio como una forma de expresión no presencial que permite una forma de expresión más abierta, menos criticada y prejuiciosa. A raíz de esta forma de expresión se da rienda suelta a la ideología más arraigada en los usuarios, como son la reproducción de roles y estereotipos de género, dando mayor espacio a los estereotipos que determinan el pensamiento e ideología de las mujeres adolescentes guatemaltecas.

Dicha información que se publica es introyectada por adolescentes que pasan hasta 24 horas al día pendientes de las actualizaciones que su red de amigos publica durante el día, la exposición a una jornada tan extensa al contenido permite una identificación clara de los usuarios con las imágenes y

contenido textual que se publica. Este uso que se le da a esta red social, permite la reproducción, formación y refuerzo de estereotipos femeninos, y a su vez condiciona a los adolescentes tanto hombres y mujeres en su interacción con toda figura femenina con quien tiene contacto a lo largo de su vida.

La experiencia con los adolescentes de la muestra seleccionada fue enriquecedora ya que se abrieron espacios de reflexión en los cuales los adolescentes, identificaron por cuenta propia los principales estereotipos femeninos que se pueden identificar en Facebook, a través de imágenes gráficas y publicaciones. A su vez se logró una toma de conciencia acerca de cómo el uso excesivo de esta red social, condiciona la relación con figuras femeninas.

### 3.2.2 Diagrama de flujo del proceso de formación y refuerzo de estereotipos femeninos a través de redes sociales como Facebook

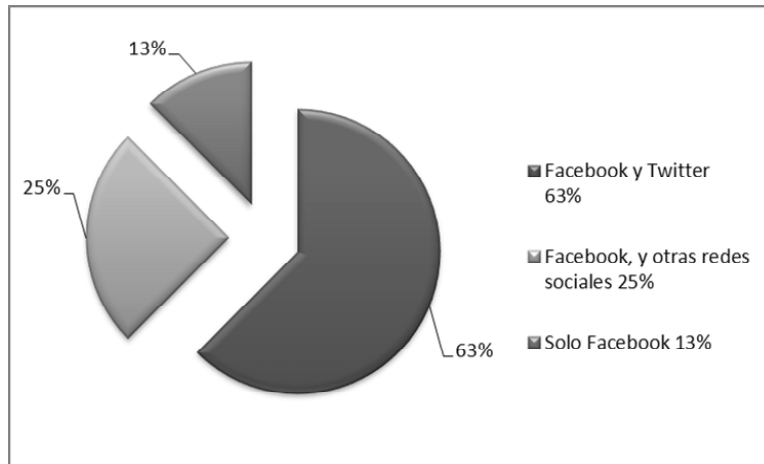


### 3.2.3 Gráficas

Para la interpretación de datos se utilizó la estadística descriptiva para poder presentar los resultados de la investigación, gráfica y porcentualmente.

#### Entrevista:

##### 1. ¿Menciona tus redes sociales preferidas?

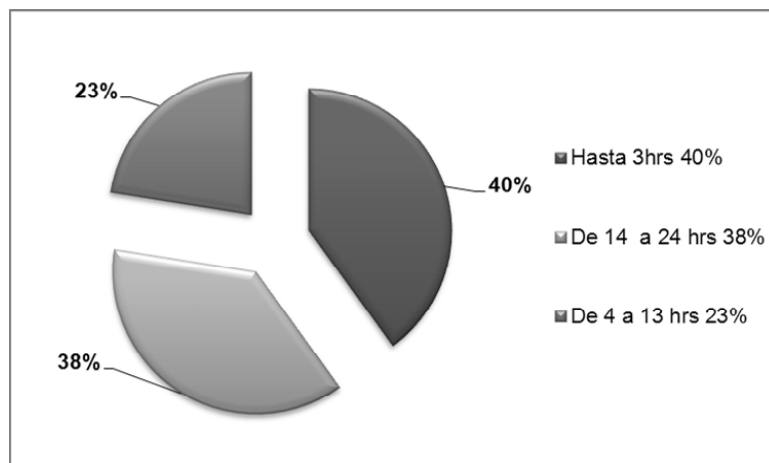


Fuente: Entrevista realizada a la muestra seleccionada, Colegio Valle Real, Guatemala, zona 12, adolescentes entre 12 y 15 años.

Descripción: El 100% de los entrevistados utilizan Facebook, el 63% utiliza twitter adicional, mientras que el 25% utilizan más de dos redes sociales, entre los destacados esta line e instagram, y tan solo el 13% utiliza únicamente Facebook.

Interpretación: Entre los adolescentes de 12 a 15 años, las redes sociales predominantes son Facebook y Twiter, esto debido a su amplio contenido publicitario y su uso es más cómodo que otras redes sociales como Instagram o Line.

## 2. ¿Cuánto tiempo pasas durante el día en esta red social?



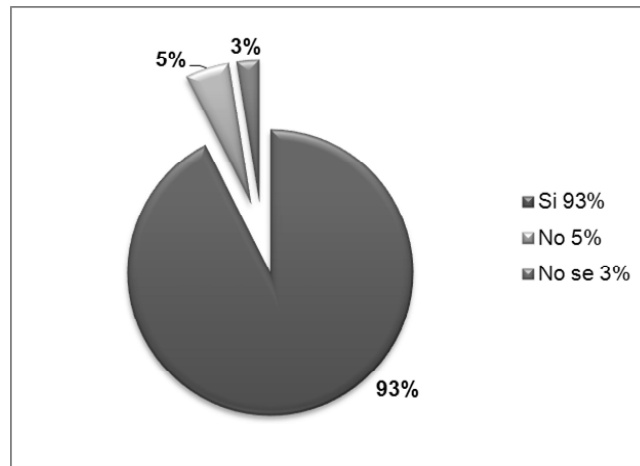
Fuente: Entrevista realizada a la muestra seleccionada, Colegio Valle Real, Guatemala, zona 12, adolescentes entre 12 y 15 años.

Descripción: El 40% de los entrevistados pasan de 0.5 hrs hasta tres horas durante el día conectados a la red social, el 38% permanecen conectados arriba de 14 hrs diarias, mientras que el 23% se conectan entre 4 a 13 hrs al día.

Interpretación: El uso excesivo de redes sociales genera en los adolescentes una necesidad a permanecer conectados a la red social, esta necesidad implica que el adolescente permanece más tiempo expuesto al contenido que allí se reproduce, dicho contenido influye cada día mas en su interrelación social.



**3. ¿Consideras que a través de redes sociales puedes conocer personas?**



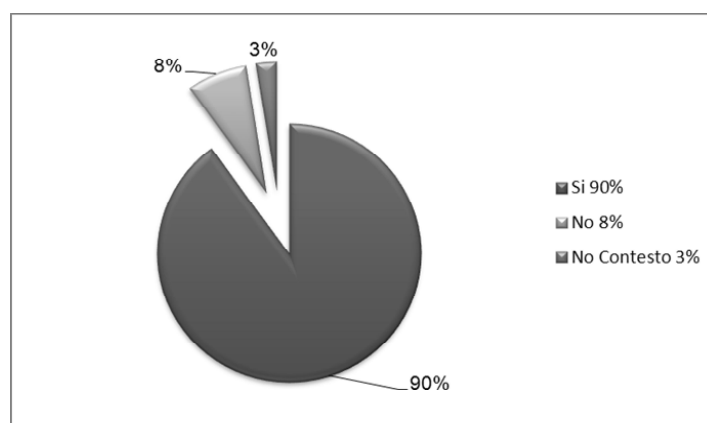
Fuente: Entrevista realizada a la muestra seleccionada, Colegio Valle Real, Guatemala, zona 12, adolescentes entre 12 y 15 años.

Descripción: Un 93% de los adolescentes encuestados consideran que Facebook es una red social a través de la cual pueden conocer e interactuar con personas sin conocerlas en persona, tan solo un 5% consideran que no es un recurso seguro y no lo harían, mientras que un 3% no sabe si es una opción.

Interpretación: La finalidad inicial de las redes sociales o su objetivo inicial ha sido el acortar distancia como casi todos los medios de comunicación que hasta hoy día se conocen, sin embargo Facebook es uno de los medios de comunicación que tiene la particularidad de permitir que la interrelación sin conocerse se lleve a cabo lo que facilita conocer personas de otras ciudades, países, edades sin distinción de género, sin embargo esta particularidad también puede exponer a los adolescentes quienes aún en su mayoría no tienen un criterio

formado, a cualquier tipo de personas. Específicamente con el grupo de adolescentes que se contemplaron en la muestra reconocen que es uno de los usos principales que le dan a esta red social, lo que permite concluir que se encuentran expuestos a ser influenciados por sus amigos en Facebook.

**4. ¿Crees que algunas personas pueden utilizar Facebook, para decir lo que en otros momentos o situaciones, no son capaces de expresar?**

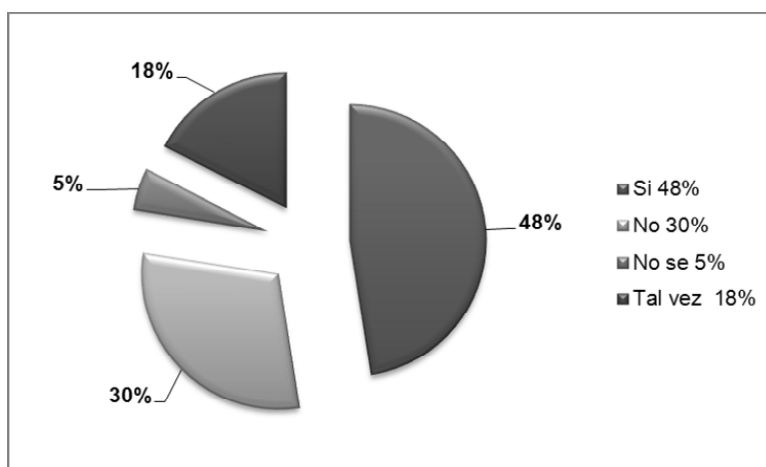


Fuente: Entrevista realizada a la muestra seleccionada, Colegio Valle Real, Guatemala, zona 12, adolescentes entre 12 y 15 años.

Descripción: Un 90% de los entrevistados contestaron que Facebook es un medio a través del cual se pueden decir cosas que en persona no son capaces de expresar, un 8% considera que no es un medio de expresión sino más bien de diversión y entretenimiento, mientras que un 3% de la población prefirió no contestar la pregunta.

Interpretación: Entre los adolescentes de la muestra se logra establecer que Facebook es una red social que permite exponer pensamientos y sentimientos que en espacios de opinión abierta o publica no se exteriorizan con regularidad, esto denota que este tipo de medio de comunicación es un medio a través del cual se pueden reproducir esquemas de pensamiento ya que conecta al usuario en este caso, específicamente usuarios adolescentes, con su interior y que esto lo coloca en una posición vulnerable para ser influenciado por el contenido tanto grafico como textual.

##### 5. ¿Crees que esta red social es un medio de escape?



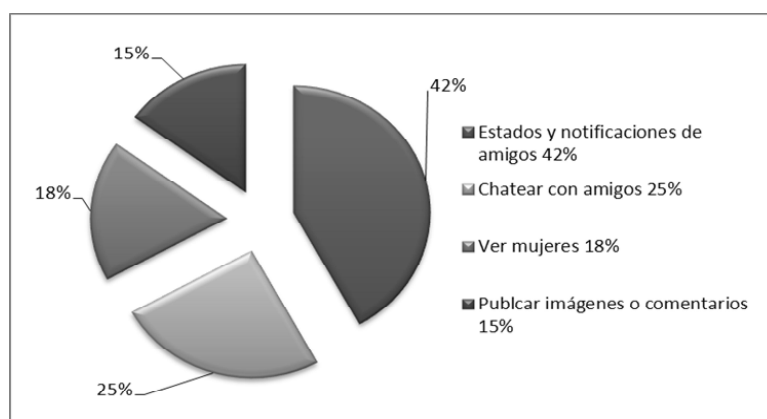
Fuente: Entrevista realizada a la muestra seleccionada, Colegio Valle Real, Guatemala, zona 12, adolescentes entre 12 y 15 años.

Descripción: Un 48% de la población entrevistada considera que Facebook si es un medio de escape, a una realidad con la que probablemente no se está conforme, un 30% consideran que no es ese uno de los usos que se le da a

Facebook, un 18% contesto que no sabían si esto era así, mientras que un 5% consideran que es posible que sea un medio de escape pero no están seguros de ello.

Interpretación: Los adolescentes comprendidos entre los 12 a 15 años se encuentran en una etapa de desarrollo de la personalidad, y buscan con frecuencia medios a través de los cuales puedan expresarse, Facebook es pues la red social que en la actualidad les concede un espacio de opinión verbal y no verbal, esto da como resultado millones de publicaciones que evidencia la profunda necesidad de expresión de los adolescentes y como estos expresan una amplia necesidad de escape de diferentes escenarios en donde inicialmente no se sienten aceptados o tomados en cuenta, por lo que se puede concluir que Facebook da refugio a muchos usuarios que buscan ambiciosamente un mecanismo de aceptación social.

#### 6. ¿Qué te llama la atención cuando entras a Facebook?

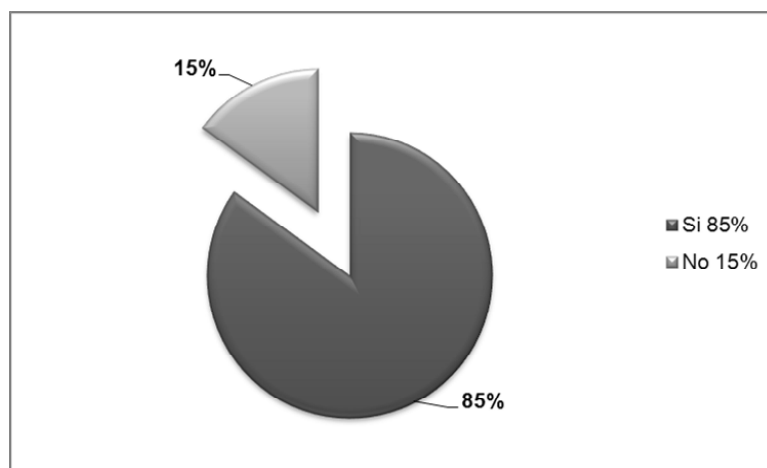


Fuente: Entrevista realizada a la muestra seleccionada, Colegio Valle Real, Guatemala, zona 12, adolescentes entre 12 y 15 años.

Descripción: Un 43% de los entrevistados les llama la atención los estados y notificaciones de sus amigos, un 25% les interesa chatear con amigos, un 18% publicar imágenes o comentarios, mientras que un 15% les interesa ver imágenes de mujeres y comentarios en relación a ellas, entiéndase que este porcentaje son únicamente hombres.

Interpretación: A los adolescentes parte de la muestra les llama la atención conectarse a Facebook para mantenerse al pendiente de lo que sus amigos en esta red social comentan o publican, lo que demuestra el profundo interés que los adolescentes tienen en relación a lo que sus amigos piensan, esto brinda una amplia razón para considerar que constantemente están expuestas a la ideología de su círculo social dentro de Facebook.

#### 7. ¿Has visto publicaciones en donde se ofenda a la mujer?



Fuente: Entrevista realizada a la muestra seleccionada, Colegio Valle Real, Guatemala, zona 12, adolescentes entre 12 y 15 años.

Descripción: Un 85% de la población entrevistada ha observado que a través de Facebook se publican imágenes o comentarios ofensivos hacia la mujer, mientras que tan solo un 15% de la población comenta que no ha observado este tipo de comentarios.

Interpretación: El 85% de los adolescentes parte de la muestra admiten que dentro de Facebook es común encontrar publicaciones en donde se estereotipan a las mujeres, y en su mayoría estas publicaciones son ofensivas puesto que resaltan aquellos aspectos que socialmente son adjudicados en exclusividad a las mujeres, la poca sensibilidad que esto tiene esta intrínseco en los usuarios de la red social.

#### **8. Análisis de comentarios obtenidos de la pregunta ¿Qué opinión tienes acerca de las publicaciones en donde se ofende a la mujer?**

Durante esta pregunta hubieron diversidad de opiniones que no hace posible la tabulación de las mismas, sin embargo se dieron comentarios muy puntuales que vale la pena analizar, de algunos entrevistados, como:

*“Los que publican esas cosas olvidan que vienen de una mujer”*

Haciendo referencia al hecho de que en la vida de todas las personas sin importar género, se está rodeado de mujeres, y resulta bastante interesante mencionar que la mayoría de los que respondieron de esta forma en la entrevista, son hombres, lo que demuestra que existe una empatía intrínseca hacia la naturaleza ofensiva de estos comentarios.

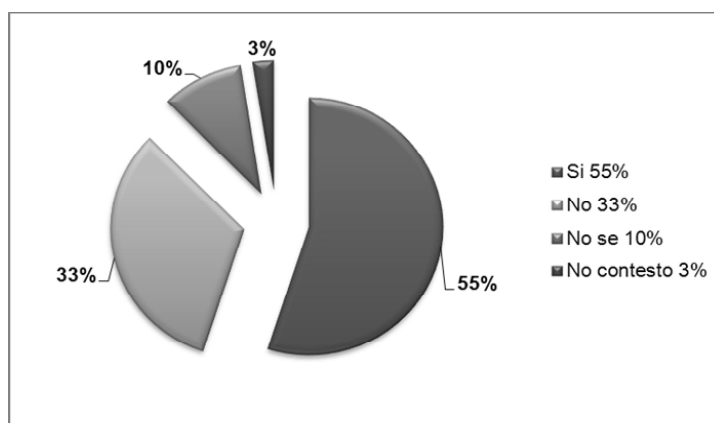
*“Me es indiferente”*

Cuatro de los cuarenta entrevistados mencionaron que les resultaba indiferente este tipo de comentarios, y cuando individualmente se les pregunto porque se sentía tal indiferencia, argumentaron que Facebook es una red social para entretenimiento y que en parte esto era broma que no afectaba a nadie.

*“Ellas se lo buscan por andar de ofrecidas”*

Esta respuesta resulta fuerte para ser de una adolescente de 15 años, quien lo menciona, la entrevistada considera que cuando se publican imágenes o comentarios ofensivos, es el resultado de un comportamiento femenino inadecuado, dicho comentario evidencia en sí, un estereotipo femenino del que anteriormente dentro del marco teórico se ha expuesto, en particular este comentario, evidencia en gran medida como los adolescentes introyectan los estereotipos femeninos y los reproducen, y aún más inquietante, las mismas mujeres contribuyen en la propagación, de los que más tarde son víctimas.

**9. ¿Alguno de tus amigos o amigas realizan este tipo de publicaciones?**



Fuente: Entrevista realizada a la muestra seleccionada, Colegio Valle Real, Guatemala, zona 12, adolescentes entre 12 y 15 años.

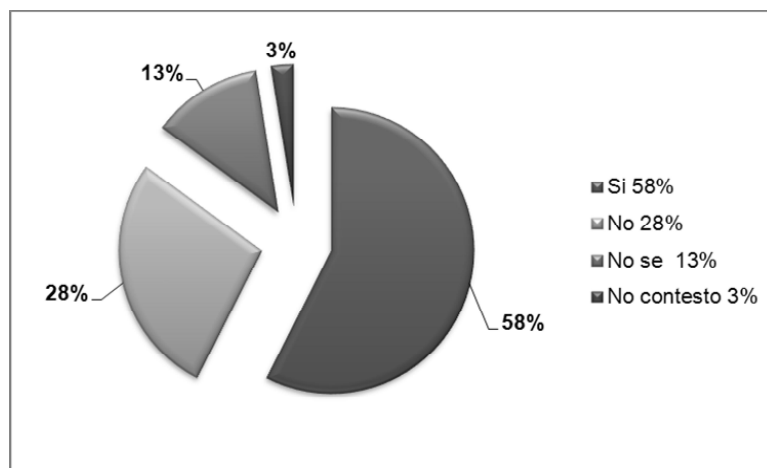
**Descripción:** Un 55% de los encuestados afirman que sus amigos agregados en Facebook más de una vez han realizado algún comentario ofensivo a la mujer a través de Facebook, un 33% indica que sus amigos en Facebook no realizan este tipo de publicaciones, un 10% no se ha percatado si sus amigos hacen este tipo de publicaciones o no, mientras que un 3% prefirió no contestar la pregunta.

**Interpretación:** La mitad de la población de la muestra comento que sus amigos son partícipes de publicaciones en donde se ofenden a las mujeres, y les resulta muy normal ver y participar de dichas publicaciones, es importante resaltar que la gran mayoría de estos adolescentes están reflejando a través de sus publicaciones ideología que ha sido ya introyectada y aceptada, por lo que si una persona realiza una publicación ofensiva a la mujer es concluyente considerar que



su relación con las mismas lleva implícita dicha connotación ofensiva. Así mismo es necesario considerar que Facebook tiene la capacidad de reproducir publicaciones en cadena por lo que dicho contenido se reproduce e incrementa porcentualmente la posibilidad de que los adolescentes compartan este contenido y con esto lo hagan parte de su forma de pensamiento, el cual como ya se comentó esta en formación.

**10. ¿Crees que esta red social puede contribuir en el pensamiento y meta de vida de una persona o en su forma de vivir?**



Fuente: Entrevista realizada a la muestra seleccionada, Colegio Valle Real, Guatemala, zona 12, adolescentes entre 12 y 15 años.

Descripción: Un 58% de la población entrevistada opina que esta red social influye en el pensamiento de los usuarios, un 28% opina que no es posible ya que solo es un medio de entretenimiento, un 13% indican que no saben si esto es posible, mientras que un 3% no contesto la pregunta.

Interpretación: Un 58% de la población parte de la muestra, tiene plena conciencia de que Facebook es una red social que influye en el pensamiento de sus usuarios esto fundamentado con el hecho de que un buen porcentaje de usuarios pasan hasta 24hrs conectados y pendientes de lo que circula en Facebook, que contenido es el que se reproduce es justo el tema de estudio con un gran número de adolescentes que comentaron que han visto publicaciones ofensivas hacia la mujer, entonces se puede concluir que es posible reproducir estereotipos femeninos a través de Facebook.

**11. Análisis de comentarios acerca de la pregunta Cuando publicas una fotografía o comentario ¿Qué esperas que tus amigos comenten, cuál es la finalidad de hacerlo?**

Las expectativas que los adolescentes tienen acerca del contenido que publican a través de redes sociales son diversas, lo que impide la tabulación de la información, por lo que se exponen algunos comentarios que los adolescentes mencionaron:

*“Me gusta que comenten acerca de lo grande que estoy”*

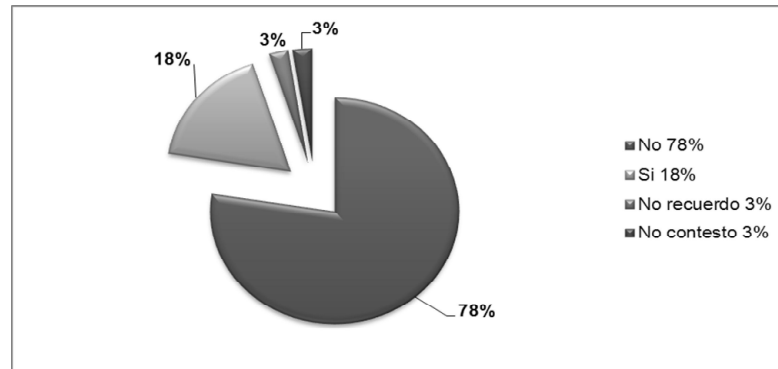
Los adolescentes como ya se ha expuesto tienen una necesidad de expresión latente, así como una necesidad de ser tomados en cuenta, muchos adolescentes buscan las redes sociales para hacerse partícipes de un entorno social, que hasta ese momento los concibe como niños, buscan expresión y

reconocimiento por parte de su sociedad, situaciones que deberían propiciarse no a través de redes sociales, sino en el entorno social, educativo y familiar.

*“Los comentarios no me interesan, solo quiero que le den me gusta”*

Este comentario evidencia como las personas en general tienen una necesidad de aprobación, sin importar la edad, sin embargo como es bien sabido en la etapa de la adolescencia se forma el pensamiento adulto, el adulto está en proceso de configuración en esta etapa, y Facebook es un medio en el que gran parte de los adolescentes pasan hasta 24hrs pendientes de lo que allí ocurre, lo que evidencia como la red social tiene una influencia significativa en ellos, entonces lleva a pensar que si este adolescente no obtiene los me gusta que le satisfagan o ningunos, parte de su configuración estará determinada por una negatividad hacia un entorno social que no lo aprobó.

**12. ¿Alguna vez te ha molestado la manera en la que alguien te ha tipificado, como alguna clase de persona en particular, cuando has publicado una fotografía?**



Fuente: Entrevista realizada a la muestra seleccionada, Colegio Valle Real, Guatemala, zona 12, adolescentes entre 12 y 15 años.

Descripcion: Un 78% de los miembros de la muestra indica que no porque nunca le ha pasado o no lo ha identificado, un 18% indican que si les ha molestado en alguna ocasión como le han juzgado en relación a una actitud en particular que tenga, es importante mencionar que en su mayoría la poblacion que contesto que si son mujeres, mientras que un 3% no recuerda o no contestaron la pregunta.

Interpretación: Es importante considerar que un buen porcentaje de adolescentes mujeres que se entrevisto menciono que no prestan atencion a este tipo de comentarios ya que les resulta molesto y desagradable, la necesidad de ignorar los comentarios denota que dichos comentarios lastiman y brindan una connotación relevante a sus caracteristas de género.

### 3.2.4 Sistematización de los Grupos Focales:

La sistematización de los grupos focales se realizó a través de comentarios que los adolescentes exponían durante la exposición de las fotografías y lanzar la pregunta que se estipuló en la guía del grupo focal, dichos comentarios se iban anotando en un rotafolio para dejar como evidencia y poder reunir la información.

**1. ¿Consideran que en esta imagen No. 1, la adolescente que publica esta fotografía tiene una necesidad por ser aceptada? ¿Qué tipo de estereotipo creen que se forma con una imagen como esta?**

Comentarios obtenidos:

*“No puede decir en persona como es, mejor lo dice en foto”*

*“Quiere mostrar que es una mujer valiente y salvaje”*

*“Siente que no la aceptan, busca que le digan en Face que si es bonita”*

*“Es una mujer inmadura”*

Algunos de los estereotipos expuestos dentro del marco teórico resaltan en los comentarios de los adolescentes el estereotipo de la mujer salvaje, esa mujer que no necesita aprobación que busca aventuras, esta imagen permite que los adolescentes busquen definirse como buscando aceptación, los mismos adolescentes que participaron en los grupos focales creen que esta adolescente no puede mostrarse en persona y busca Facebook para hacerlo.

El otro estereotipo identificado por los y las adolescentes es el de mujer inmadura, aquella que necesita siempre orientación y preferentemente si es masculina, los adolescentes consideraron que en esta fotografía se evidencia falta de seguridad en sí misma, pero algunos consideraron atractivo que buscara aprobación, a algunos adolescentes les pareció que era atractiva y muy insegura.

**2. En la imagen No. 2 ¿Qué creen que la adolescente quiere mostrar fotografiándose con una motocicleta?**

Comentarios obtenidos:

*“Que es atrevida”*

*“Que puede hacer lo que otras mujeres no pueden”*

*“Que hace algo que a los hombres les gusta”*

Estos comentarios se acoplan al estereotipo de mujer perfecta, aquella que busca demostrarle a los hombres que es la chica de sus sueños, porque puede hacer lo que a ellos les apasiona, se ve atrevida y dispuesta, entre las reacciones no verbales que se observaron en el grupo están: en las adolescentes expresiones de molestia, se evidencio que se sentían ofendidas cuando escuchaban que sus compañeros hombres se referían a la adolescente de la fotografía como “cabrona”.

**3. En la imagen No. 3 ¿Qué desea lograr esta adolescente al fotografiar su cuerpo?**

Comentarios obtenidos:

*“Que esta buena”*

*“Que no come”*

*“Que es Sexy”*

En su mayoría los comentarios obtenidos fueron de adolescentes hombres, por sus comentarios se interpreta que les parece que la adolescente de la fotografía quería llamar la atención de los hombres, intentando decir que es perfecta, que puede ser sexy, justo como se presenta el estereotipo de mujer perfecta.

**4. En la imagen No. 4 ¿La vestimenta con la que se fotografía revela algún tipo de mujer en particular?**

Comentarios obtenidos:

*“Que es interesada porque está enfrente de un carro”*

*“Usa ropa de hombre”*

*“que puede tener lo que quiera”*

Estos comentarios evidencian el estereotipo de mujer materialista que busca demostrar que le gusta lo bueno y que solo tendrá una relación con alguien que pueda darle lo que quiere, que consigue las cosas porque tiene el físico correcto y sabe cómo atraer hombres con dinero.

**5. Imagen No. 5 ¿Qué opinan cuando ven esta imagen?**

Comentarios obtenidos:

*“Que es una mujer salvaje”*

*“que es una mujer que domina a cualquier perro”*

*“Que ella puede hacer daño”*

Los comentarios se acoplan al estereotipo de mujer salvaje que es amante de la locura y lo extremo, que es una mujer peligrosa con la que todos quieren estar porque es divertida sin importar si te hace daño, porque solo utiliza.

**6. Imagen No. 6 ¿Qué tipo de atención crees que esta adolescente busca?**

Comentarios obtenidos:

*“Quiere verse inocente y sexy”*

*“Como si busca que la protejan”*

*“Es una niña consentida”*

Los comentarios denotan el estereotipo de la mujer vacilante, la damisela en apuros que necesita ser rescatada, una imagen de ternura y fascinación que a su vez muestra belleza y sensualidad. Es importante mencionar que estos comentarios fueron obtenidos de las mujeres adolescentes los hombres consideraron que era una foto normal.

**7. Imagen No. 7 ¿Por qué ella disfruta de que este joven amarre su zapato mientras ella permanece parada?**

Comentarios obtenidos:

*“Porque domina a los hombres porque es bonita”*

*“Porque quiere decir que lo controla”*

*“Porque lo trata como su sirviente”*

Los adolescentes definieron el estereotipo de mujer fiera, aquella que es en esencia una bruja, que está acostumbrada a controlar todo y a todos a su antojo, que busca la dominación en cualquier escenario, aquel tipo de mujer que si fuese hombre seria el empresario exitoso pero en una mujer es concebido como manipuladora y dominante.



**8. Imagen No. 8 ¿Si tuvieran que definir el tipo de mujeres que se muestran en esta foto que dirían?**

Comentarios obtenidos:

*“Modelos”*

*“Amigas sexy”*

*“Coquetas”*

Estos comentarios tipifican al estereotipo de mujer alternativa, la mujer liberal, bonita y sin preocupaciones, las de revista.

**9. Imagen No. 9 ¿Qué intenta demostrar esta publicación?**

Comentarios obtenidos:

*“Que él es un don juan”*

*“Que es su pasatiempo”*

*“Que la utiliza y ella lo acepta”*

El estereotipo de la mujer que siente la necesidad de tener un hombre a su lado aun cuando este la ofenda de alguna forma, la que desea retener a toda costa, que permite las agresiones emocionales.

**10.Imagen No. 10 ¿Por qué una Barbie en una cocina en esta publicidad de Facebook?**

Comentarios obtenidos:

*“Porque ambos son juguetes para niñas”*

*“Porque las mujeres son las que cocinan”*

*“Porque desde chiquitas nos enseñan que haremos”*

Tal como esta imagen existen en la red una cantidad de imágenes que hacen publicidad a juguetes de acuerdo al género de los niños, hay páginas enteras circulando en Facebook con este contenido, y de acuerdo a los comentarios obtenidos, estos roles ya se encuentran introyectados en el pensamiento de las y los adolescentes.

### **11.Imagen No. 11 ¿Qué tipo de comentarios puede provocar esta publicación?**

Comentarios obtenidos:

*“Que los hombres comenten”*

*“Que es bonita y graciosa”*

*“Es perfecta”*

En su mayoría fueron adolescentes hombres quienes comentaron, quienes consideraron que la imagen muestra una mujer que cualquier hombre quiere tener, que es sensual, el estereotipo de la mujer perfecta.

### **12.Imagen No. 12 ¿Qué pretende evidenciar ese texto?**

Comentarios obtenidos:

*“Que es poderosa”*

*“Que puede todo y quiere que la envidien”*

*“Caerle mal a las demas”*

Estos comentarios evidencian el estereotipo de la mujer matea, que lo sabe todo que es superior a los demas, profundamente ególatra.

### **Talleres:**

Los talleres fueron diseñados de acuerdo a los objetivos de la investigación los temas que se trataron con los adolescentes y sus objetivos fueron:

Taller No. 1 llevaba por nombre: Adolescencia y redes sociales y su objetivo era “Identificar los principales medios de comunicación que permiten el refuerzo de estereotipos en Guatemala”, taller No. 2 nombre: Propósito de las redes sociales y su objetivo era “Identificar las principales redes sociales que son utilizadas por los adolescentes como método de expresión”, Taller No. 3 nombre: Facebook ¿medio de comunicación o espejo de necesidades? Y su objetivo era “Describir funciones principales que los adolescentes dan a la red social Facebook”, Taller No. 4 nombre: Estereotipos de mujeres en Guatemala, y su objetivo era “Propiciar espacios de reflexión y discusión acerca de los diferentes roles de género que viven los adolescentes, y como esto contribuye en el refuerzo de estereotipos” y Taller No. 5 nombre: Imagen de la mujer en redes sociales y su objetivo era “Identificar los principales estereotipos femeninos que son reforzados a través de Facebook”.

La experiencia con los adolescentes fue enriquecedora puesto que se logró propiciar espacios de reflexión para los y las adolescentes para ampliar como los medios de comunicación son utilizados para reproducir una ideología que es conveniente para mantener discursos patriarcales y principalmente reproducir estereotipos de género, viéndose mayormente afectadas las mujeres por el tipo de contenido que se postea en relación a una condición supuesta “frágil”.

Entre los logros obtenidos durante el proceso de realizacion de los talleres se obtuvo:

- Participacion activa de los y las adolescentes en el tema del uso de Facebook
- Que los adolescentes identificaran como se forman estereotipos femeninos a traves de comentarios e imágenes gráficas en Facebook.
- Que los adolescentes identificaran los principales estereotipos femeninos que se reproducen en las redes sociales.

## **CAPÍTULO IV**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **4.1 Conclusiones**

- Facebook se ha convertido en un medio de comunicación que permite la formación de estereotipos femeninos a través de contenido gráfico y textual que circula en la red, y que los mismos adolescentes publican, contenido que condiciona la relación de género que los adolescentes sostienen día a día.
- Los estereotipos femeninos que se forman a través de redes sociales o que se refuerzan a través de estos, son principalmente aquellos que condicionan socialmente a la mujer como débil, como necesitada de la supremacía masculina, el estereotipo de la mujer vacilante, la esotérica, la inmadura o la materialista, tal como se exponen en las imágenes anexadas a este informe.
- Los estereotipos femeninos se forman en los adolescentes de 12 a 15 años inicialmente por la vulnerabilidad que estos tienen en esta etapa de desarrollo de la personalidad, secundado por el uso excesivo y sin supervisión que se le da a las redes sociales, y por último por la facilidad y falta de sensibilidad en relación a publicaciones ofensivas para con la mujer.
- La intensa necesidad de ser aceptados en círculos sociales lleva a los adolescentes a ser vulnerables a la ideología sexista que con frecuencia se evidencia en la publicidad que circula en Facebook.
- La influencia de medios de comunicación como las redes sociales, permiten la reproducción de estereotipos femeninos, ya que gran parte del contenido que

circula en forma de imágenes, va dirigido hacia mantener una ideología acerca de la forma en la que las mujeres se comportan y se les adjudica como características femeninas.

- Gran porcentaje de los adolescentes guatemaltecos utilizan Facebook y Twitter como un medio de expresión y reconocen que es un método de escape a su realidad, una red social que les permite interactuar con personas que no conocen en persona.
- Los adolescentes utilizan principalmente Facebook para publicar comentarios que en persona no se atreverían a decir, acortar distancias entre conocidos y amigos, propagar ideas a través de su círculo de amigos, que hay que recordar que puede llegar a triplicar la cantidad de amigos que en su vida cotidiana frecuente.
- Los principales estereotipos femeninos que se refuerzan a través de los medios de comunicación resultan ser aquellos roles de género que se viven en Guatemala y que se presentaron dentro del marco teórico.
- Entre los principales estereotipos femeninos que son reforzados a través de redes sociales como Facebook, se pueden identificar aquellos que minimizan a la mujer a condiciones altamente sensitivas y que degradan su capacidad para toma de decisiones independientes, o aquellos que conciben a la mujer como seguidora de una figura dominante masculina.
- El uso incorrecto que se le pueda dar a un medio de comunicación como Facebook, parte de la falta de orientación que existe en los jóvenes acerca del

contenido que ellos mismo comparten, falta crear la necesidad de análisis de contenido en lo que se expresa en estas redes.

- Los adolescentes hombres muestran un alto grado de indiferencia hacia el contenido que se publican en Facebook, que es ofensiva hacia la mujer.
- Un porcentaje de las adolescentes mujeres entrevistadas evidencian identificación con los comentarios ofensivos hacia la mujer, disculpando dicha actitud con frases como “ellas se lo buscan”, lo cual resulta significativo considerando que las imágenes y comentarios ofensivos no tienen un remitente determinado, sino que va dirigido a toda mujer que lo lea.
- Los adolescentes necesitan espacios en donde se sientan actores de su realidad, promotores de sus propias decisiones, y tienen poca consciencia de la importancia que tiene su formación, en el futuro de la sociedad guatemalteca.
- La cantidad de horas que los adolescentes permanecen en Facebook, resulta determinante para suponer que esta red social influye en su personalidad y formación, mucho más de lo que ellos mismos pueden comprender.

## **4.2 Recomendaciones**

### **Usuarios de Facebook en general**

- Es necesario crear una conciencia social, para realizar un análisis acerca del contenido que cada persona esta posteando en estas redes sociales, ya que se conoce que la red social resulta atractiva, debido a la impulsividad con la que se puede ser agente activo dentro de la misma.
- Es necesario hacer conciencia individual acerca de las medidas de seguridad pertinentes en el uso de redes sociales, de tal manera que no todos los usuarios obtengan información, que indique lugar y actividades que cada persona realice cotidianamente.

### **Institucional educativo y familiar**

- Es necesario crear espacios de opinión con los adolescentes, para regular la forma de expresión que se da en redes sociales y que puede resultar perjudicial para la integridad física y emocional de los adolescentes.
- Es necesario profundizar acerca de la proyección que los medios de comunicación permiten de las mujeres, ya que un buen porcentaje de la formación educativa de los adolescentes entre los 12 a 15 años se da a través del uso de los mismos.
- Es necesario que los adolescentes reciban orientación psicopedagógica en las instituciones educativas, ya que solo a través de esto, se puede lograr romper



paradigmas sociales, que se ven transformados en roles de género que los adolescentes introyectan en la etapa de desarrollo de su personalidad. Con esto se logrará mejorar y clarificar, la imagen de la mujer a nivel social.

- Familiarmente es necesario generar empatía hacia el género propio y el opuesto, lo cual es formado en los primeros años de vida, ya que existe una gran indiferencia social, acerca de la violación psicológica que pueden vivir los adolescentes.
- Es necesario que los padres de familia fomenten una relación de confianza con sus hijos adolescentes que les permita una supervisión no forzada, referente a la cantidad de tiempo que permanecen en las redes sociales, el uso que les dan y sus funciones principales.

## **BIBLIOGRAFÍA**

BALLESTA Pagan, Javier, "Los medios de comunicación en la sociedad actual", 2da. Edición. España: Editorial servicio de publicaciones, Universidad de Murcia. 2001. 650 páginas.

CARDOSO, Gustavo. "Sociedad en Red". 2da Edición. España: UOC ediciones. Año 2011. 330 páginas.

DRIVER, R, Guesne, E, Tiberghien, A. "Ideas Científicas en la Infancia y la Adolescencia. 4ta Edición. España: Ediciones Morata. Año 1997. 313 páginas.

FERNÁNDEZ Canilo, Borja, "Redes sociales lo que hacen sus hijos en internet". 1era Edición. España: Editorial club universitario. Año 1989. 105 páginas.

FERNÁNDEZ Poncella, Ana M. "Estereotipos y roles de género en el refranero popular". 1era. Edición. Barcelona, España: Ediciones Anthropos. 2002. 250 páginas.

GALEANO, Eduardo, "Nosotros decimos no", 2da Edición. Colombia: Siglo XXI Editores. Año 2003. 390 páginas.

MARADIAGA Orozco, Camilo, Abello Llanos, Raimundo, Sierra García, Omar. "Redes sociales, infancia, familia y comunidad". 2da edición. España: Ediciones Uninorte. 1999. 305 páginas.

MARTIN Cáceres, Aurelia. "Antropología del género, cultura, mitos y estereotipos Sexuales" 2da Edición. España: Ediciones Catedra. Año 2006. 100 páginas

MASTERMAN, Len. "La enseñanza de los medios de comunicación". España:  
Ediciones de la Torre. Año 1990. 325 páginas.

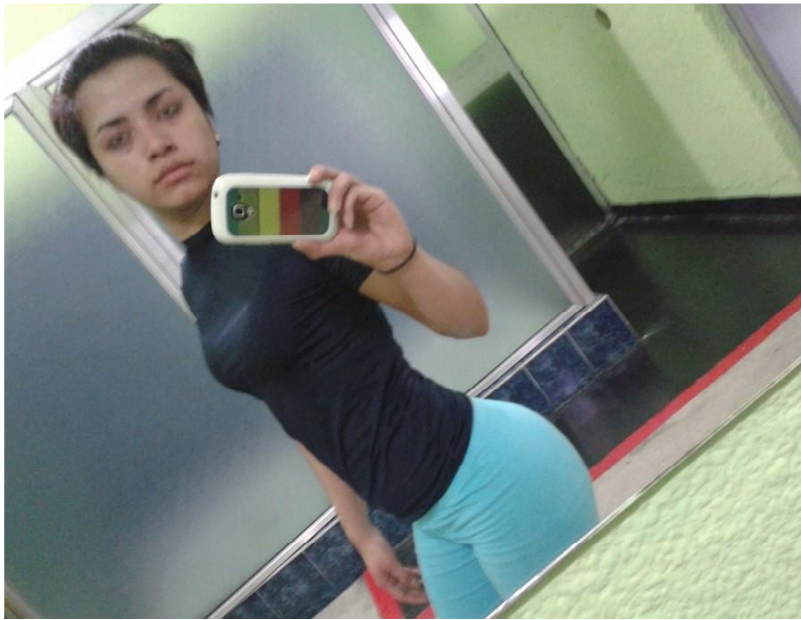
MONROY, Anameli. "Salud y sexualidad en la adolescencia y juventud". 1era  
edición. México: Editorial Pax México. 2002. 270 páginas.

ROMAN, Rissoan, "Redes sociales Facebook". 2da edición. España: ENI  
ediciones. Año 2011. 359 páginas.

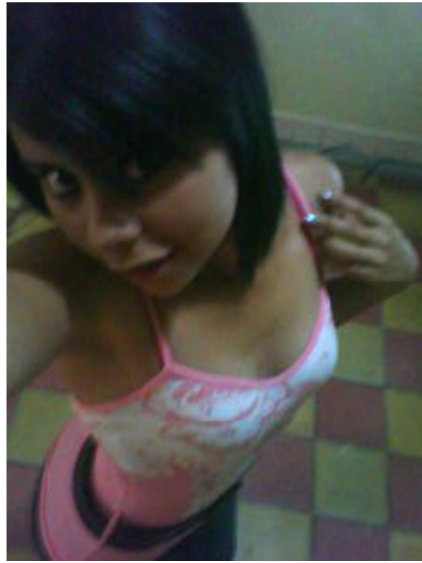
ANEXOS

Imágenes utilizadas para orientar el ejercicio de los grupos focales













ME GUSTA SI

Es un  
Caballero







**LADREN PERRAS!!!!**  
**QUE LA JEFA VA PASANDO**

### TALLER No. 1

**OBJETIVO GENERAL:** Describir la influencia de las redes sociales, Facebook, en la formación de los estereotipos femeninos en los adolescentes de 12 a 15 años del Colegio Mixto Villa Real

**TEMA:** Adolescencia y redes sociales

**LUGAR:** Colegio Mixto Valle Real

OBJETIVO ESPECÍFICO	TEMA	ACTIVIDADES Y METODOLOGIA	RECURSOS	TEMPORALIDAD	RESPONSABLES	FECHA
Identificar los principales medios de comunicación que permiten el refuerzo de estereotipos en Guatemala	Adolescencia y redes sociales	<p>-Bienvenida (presentación de facilitadores)</p> <p>-Exposición descriptiva de los conceptos adolescencia y redes sociales.</p> <p>-Actividad participativa generando pregunta acerca de los temas mencionados. (Lluvia de ideas) desde su propia construcción</p>	<p>Cañonera</p> <p>Paleógrafos</p> <p>Marcadores</p> <p>Crayones</p> <p>Hojas</p>	<p>10 minutos</p> <p>20 minuto</p> <p>10 minutos</p>	<p>Ángela Monroy</p> <p>Sergio Borrayo</p>	

## TALLER No. 2

**OBJETIVO GENERAL:** Describir la influencia de las redes sociales, Facebook, en la formación de los estereotipos femeninos en los adolescentes de 12 a 15 años del Colegio Mixto Villa Real

**TEMA:** Propósito de las redes sociales

**LUGAR:** Colegio Mixto Valle Real

OBJETIVO ESPECÍFICO	TEMA	ACTIVIDADES Y METODOLOGIA	RECURSOS	TEMPORALIDAD	RESPONSABLES	FECHA
Identificar las principales redes sociales que son utilizadas por los adolescentes como método de expresión.	Propósito de las redes sociales	-Bienvenida (presentación de facilitadores)  -Exposición del concepto propósito de las redes sociales.  -actividad participativa generando preguntas acerca del tema mencionado  Espacio para preguntas.	Cañonera  Paleógrafos  Marcadores  Hojas  Crayones	10 minutos   20 minutos   10 minutos	Ángela Monroy   Sergio Borrayo	

### TALLER No. 3

**OBJETIVO GENERAL:** Describir la influencia de las redes sociales, Facebook, en la formación de los estereotipos femeninos en los adolescentes de 12 a 15 años del Colegio Mixto Villa Real

**TEMA:** Facebook ¿medio de comunicación o espejo de necesidades?

**LUGAR:** Colegio Mixto Valle Real

OBJETIVO ESPECÍFICO	TEMA	ACTIVIDADES Y METODOLOGIA	RECURSOS	TEMPORALIDAD	RESPONSABLES	FECHA
Describir funciones principales que los adolescentes dan a la red social Facebook.	Facebook ¿medio de comunicación o espejo de necesidades?	<p>-Bienvenida (presentación de facilitadores).</p> <p>-Exposición del concepto estereotipos de mujeres en Guatemala.</p> <p>-Dinámica: en una hoja escriben comentarios a preguntas que les hacen sus contactos en el Facebook acerca de perfiles y publicaciones.</p>	<p>Cañonera</p> <p>Papelógrafos</p> <p>Hojas</p> <p>Bolígrafos</p> <p>Marcadores</p>	<p>5 minutos</p> <p>15 minutos</p> <p>20 minutos</p>	<p>Ángela Monroy.</p> <p>Sergio Borrayo</p>	

#### TALLER No. 4

**OBJETIVO GENERAL:** Describir la influencia de las redes sociales, Facebook, en la formación de los estereotipos femeninos en los adolescentes de 12 a 15 años del Colegio Mixto Villa Real

**TEMA:** Estereotipos de mujeres en Guatemala

**LUGAR** Colegio Mixto Valle Real

OBJETIVO ESPECÍFICO	TEMA	ACTIVIDADES Y METODOLOGIA	RECURSOS	TEMPORALIDAD	RESPONSABLES	FECHA
Propiciar espacios de reflexión y discusión acerca de los diferentes roles de género que viven los adolescentes, y como esto contribuye en el refuerzo de estereotipos.	Estereotipos de mujeres en Guatemala.	-Bienvenida, presentación de facilitadores.  Exposición temática del concepto estereotipos.  Dinámica, hacer comentarios acerca de láminas de mujeres que son proyectadas en Facebook.	Cañonera  Papelógrafos  Papel  Crayones  Marcadores	5 minutos  20 minutos  15 minutos	Ángela Monroy.  Sergio Borrayo.	



### TALLER No. 5

**OBJETIVO GENERAL:** Describir la influencia de las redes sociales, Facebook, en la formación de los estereotipos femeninos en los adolescentes de 12 a 15 años del Colegio Mixto Villa Real

**TEMA:** la imagen de la mujer en las redes sociales.

**LUGAR:** Colegio Mixto Valle Real

OBJETIVO ESPECÍFICO	TEMA	ACTIVIDADES Y METODOLOGIA	RECURSOS	TEMPORALIDAD	RESPONSABLES	FECHA
Identificar los principales estereotipos femeninos que son reforzados a través de Facebook.	La imagen de la mujer en las redes sociales.	<p>Bienvenida, presentación de facilitadores.</p> <p>Exposición del tema, de cómo la mujer es influenciada por las redes sociales.</p> <p>Dinámica, en una lluvia de ideas mencionar algunos de los prejuicios que se tienen de las publicaciones de las mujeres en Facebook.</p>	<p>Cañonera</p> <p>Papelógrafos</p> <p>Hojas</p> <p>Lapiceros</p> <p>Crayones</p>	<p>5 minutos</p> <p>20 minutos</p> <p>15 minutos</p>	<p>Ángela Monroy.</p> <p>Sergio Borrayo.</p>	



### **Guía para orientación de entrevista**

1. ¿Menciona tus redes sociales preferidas?
2. ¿Cuánto tiempo pasas en un día en esta red social?
3. ¿Consideras que a través de redes sociales puedes conocer personas?
4. ¿Crees que algunas personas pueden utilizar Facebook para decir lo que en otros momentos o situaciones no son capaces de expresar?
5. ¿Crees que esta red social es un medio de escape?
6. ¿Qué te llama la atención cuando entras a Facebook?
7. ¿Has visto publicaciones en donde se ofenda a la mujer?
8. ¿Qué opinión tienes de estas publicaciones?
9. ¿Alguno de tus amigos o amigas realiza estas publicaciones?
10. ¿Crees que esta red social pueda contribuir en el pensamiento y meta de vida de una persona, o en su forma de vivir?
11. ¿Cuándo publicas una fotografía tuya que esperas que tus amigos comente, cuál es tu finalidad para publicar fotografías?
12. ¿Alguna vez te ha molestado la manera en la que alguien te ha tipificado como alguna clase de persona en particular cuando has publicado una fotografía?

Universidad de San Carlos de Guatemala

Centro universitario metropolitano CUM

Escuela de Ciencias Psicológicas



### Guía para orientación de Grupos Focales

1. ¿Consideran que en esta imagen No. 1, la adolescente que publica esta fotografía tiene una necesidad por ser aceptada? ¿Qué tipo de estereotipo creen que se forma con una imagen como esta?
2. En la imagen No. 2 ¿Qué creen que la adolescente quiere mostrar fotografiándose con una motocicleta?
3. En la imagen No. 3 ¿Qué desea lograr esta adolescente al fotografiar su cuerpo?
4. En la imagen No. 4 ¿La vestimenta con la que se fotografía revela algún tipo de mujer en particular?
5. Imagen No. 5 ¿Qué opinan cuando ven esta imagen?
6. Imagen No. 6 ¿Qué tipo de atención crees que esta adolescente busca?
7. Imagen No. 7 ¿Por qué ella disfruta de que este joven amarre su zapato mientras ella permanece parada?
8. Imagen No. 8 ¿Si tuvieran que definir el tipo de mujeres que se muestran en esta foto que dirían?
9. Imagen No. 9 ¿Qué intenta demostrar esta publicación?
10. Imagen No. 10 ¿Por qué una Barbie en una cocina en esta publicidad de Facebook?
11. Imagen No. 11 ¿Qué tipo de comentarios puede provocar esta publicación?
12. Imagen No. 12 ¿Qué pretende evidenciar ese texto?